



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ ОКТЯБРЬ/2007 (6)

Vicenza — рождение новой классики

Какой продавец нужен вашему магазину?

Прогнозирование спроса при открытии магазина

Сплавы для ювелирного производства

ISSN 1810-7311



9 771810 731002


CHORON
DIAMONS

БЛИЗКОСТЬ СЧАСТЬЯ

www.choron.ru

ЮВЕЛИРТОРГ

— основан в 1936 году —



ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ



Лучшее из драгоценного

ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
199397, Россия, Санкт-Петербург, Новосмоленская наб., 1.
e-mail: common@juvtorg.spb.ru www.juvelirtorg.spb.ru
Тел.: (812) 355-5953. Факс (812) 355-5939.

обложка



ООО «Чорон Даймонд»
Москва, проезд Берёзовой рощи, д. 6,
3 этаж. (ст. м. «Полежаевская»)
тел. (495) 783 67 33, 783 67 37, 783 67 35
www.choron.ru

НОВЫЕ СРОКИ!!!



64

6 - 10 ФЕВРАЛЯ 2008



35

КОНКУРСЫ

- 6 «Ювелир-2007». Победители конкурса
- 12 Ювелирный конкурс «Лучшие украшения России»

ВЫСТАВКИ

- 8 «Ювелир-2007»: направление победы выбрано верно
- 17 «Junwex Москва» — демонстрация успеха
- 22 50 золотых лет Виченцы
- 32 Istanbul Jewellery Show — покорение новых вершин!
- 57 Календарь выставок

СОБЫТИЯ

- 21 Звездный дождь

МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

- 26 Vicenza — рождение новой классики
- 35 Ювелирный прогноз от Signity



6

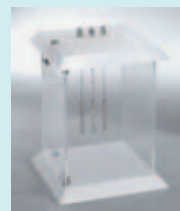
ПАРАДОКС представляет:

KLING



THE
EUROPEAN
DISPLAY
COMPANY

- Демонстрационное оборудование
- Упаковка
- Витринное оборудование



реклама



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
Тел. (812) 230 3048, ф. 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
 Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

выпускающий редактор
 Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

журналист
 Ирина Федорова — ira@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог
 Михаил Чижов

дизайн и верстка
 ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина

фото
 фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»

рисунки
 Екатерина Калинина

корректор
 Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
 Мария Станецкая — advert@russianjeweller.ru
 Александр Туморин — tumorin@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
 Екатерина Щербакова — info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
 Виталий Пилюшин
 тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
 e-mail: info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 115.
 Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565
 www.russianjeweller.ru e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня
 Валерий Крылов
 Михаил Пиотровский
 Александр Рыбаков
 Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато
 Владимир Матвеев
 Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 6, 2007 год

ТИРАЖ 6 000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб).

ПЕЧАТЬ ЗАО «Типография «Взлет», Санкт-Петербург

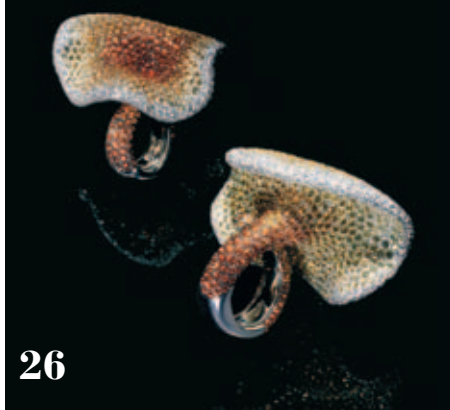
«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена.

Журнал «Русский Ювелир» — ОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР Гильдии ювелиров России

материал номера

VICENZA — РОЖДЕНИЕ НОВОЙ КЛАССИКИ



26

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

46 Какой продавец нужен вашему магазину?

49 Прогнозирование спроса при открытии магазина



54

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

41 Паола Валентини и Массимо Дзукки.
Творческий союз

52 Рождение «Шляпника»

54 Шахматная задача



52

ЮВЕЛИРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

68 Сплавы для ювелирного производства

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

77 С днем рождения!



12



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»

Открытое Акционерное Общество «Красноярский завод цветных металлов имени В. Н. Гулидова»
660027, Российская Федерация, г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1
Тел.: (3912) 64-20-33, 59-32-63, факс (3912) 62-94-80, e-mail: orc@knfmp.ru

Финал в Москве:
тел./факс: (495) 785-66-61,
788-54-92

Дилеры:

МОСКВА
ООО «ТД «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камень Со»
тел. (495) 744-03-07
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56
ООО «Русская платиновая
компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ООО «Ювелиры северной
столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17,
449-57-07
www.uss-spb.ru

НОВОСИБИРСК
ООО «Компания ИФК»
тел.: (383) 351-53-34, 355-86-50,
355-80-95

ЕКАТЕРИНБУРГ
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66

ХАБАРОВСК
ЧП Шевелев Евгений
Климентьевич
тел.: (4212) 23-75-65, 21-46-71

КРАСНОЯРСК
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (3912) 221-466, 221-468

УЛАН-УДЭ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 46-50-88, 46-46-08

КОСТРОМА
ООО «ТД «Золотая линия»
тел. (4942) 31-89-81

РОСТОВ-НА-ДОНУ
ООО «Дондрагмет»
тел.: (8632) 48-95-87,
(86354) 5-10-12

ВОЛГОГРАД
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел.: (8442) 386-294, 489-522

ВЛАДИВОСТОК
ООО «Милан»
тел.: (4232) 34-10-02, 34-10-06

БЛАГОВЕЩЕНСК
ИП Симоненко Ольга
Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90,
44-47-82, 52-89-48

Официальные представители:

УКРАИНА
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65,
206-36-66, 206-36-67

ЭСТОНИЯ
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526

КАЗАХСТАН
ТОО «Ювелирная компания
«Алтын Уй»
тел.: (3272) 71-91-87, 58-22-80

«Ювелир-2007» Победители конкурса



Номинация «Часы»
ЗАО «Хронолюкс», Москва
Хронограф «Romanoff»
Авторы: творческий коллектив компании

МАЛЫЙ ГРАН-ПРИ
ООО «АДАМАС» Уральский ювелирный завод»,
г. Екатеринбург
Серия колец «Медуза», «Скат», «Ракушка»
Золото, бриллианты, сапфиры, рубины
Автор: Казанцев Максим



Номинация «Часы»
ООО «Ника», Москва
Коллекция женских наручных часов «Колибри»
Автор: Хитрина Елена
Исполнители: творческий коллектив

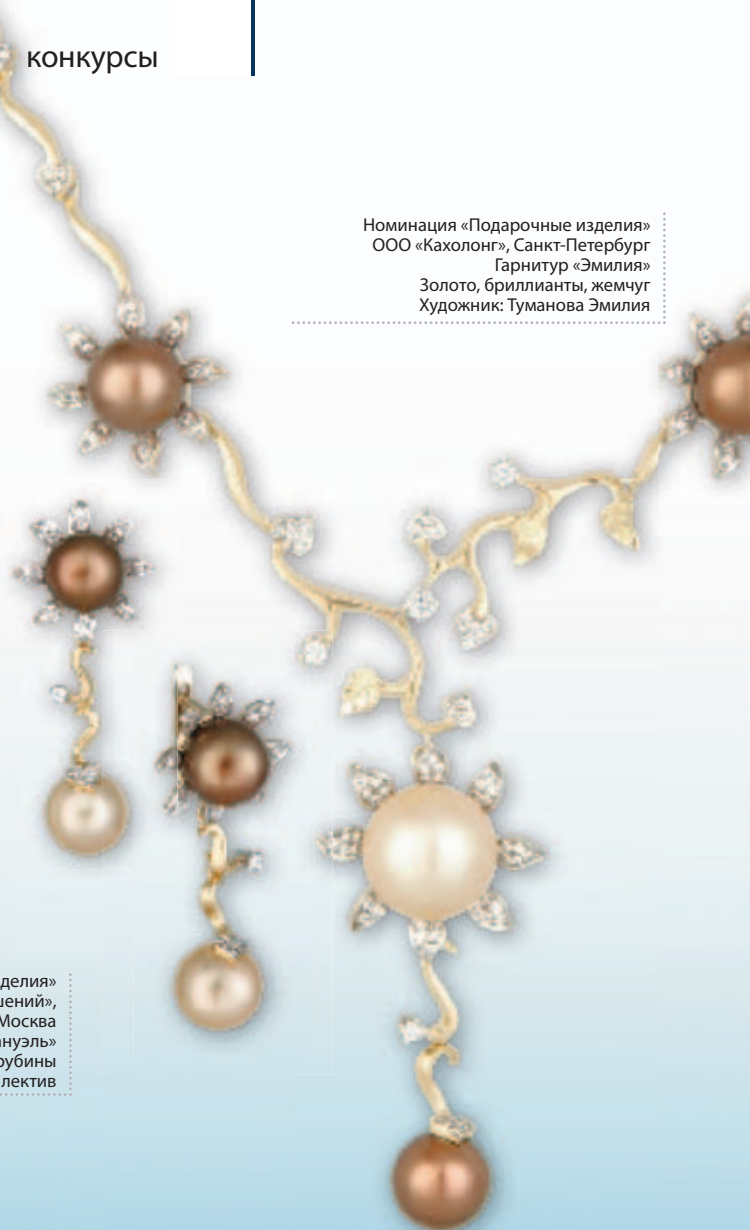




Номинация «Подарочные изделия»
ООО «ТПП «Регион-Ювелир», Москва
Серия украшений «Джаз-бэнд»
Золото, бриллианты



Номинация «Подарочные изделия»
ООО «Фабрика ювелирных украшений»,
Москва
Кольцо «Эммануэль»
Золото, бриллианты, сапфиры, рубины
Авторы: творческий коллектив



Номинация «Подарочные изделия»
ООО «Кахолонг», Санкт-Петербург
Гарнитур «Эмилия»
Золото, бриллианты, жемчуг
Художник: Туманова Эмилия



Номинация «Подарочные изделия»
ООО «Петрозолото», Санкт-Петербург
Визитница
Автор: Пригода Инна
Исполнитель: Камышков Олег



Номинация «Подарочные изделия»
ЗАО «Садко», Санкт-Петербург
Соска-сувенир
Золото, бриллианты



продолжение
см. на стр.10

«Ювелир-2007»: направление победы выбрано верно

В культурно-выставочном центре «Сокольники» с 5 по 12 сентября состоялась Московская международная ювелирная и часовая выставка «Ювелир-2007». Традиционно этот крупнейший отраслевой форум страны проводится под патронажем Министерства экономического развития и торговли, Гохрана РФ, Правительства Москвы и Пробирной палаты России.



«Ювелир» по праву считается ведущей ювелирной выставкой — сюда ежегодно съезжаются профессионалы со всей страны и из-за рубежа. Около четырехсот компаний разместились во всех павильонах выставочного центра на огромной площади в 40 тыс. кв. м. Помимо многочисленных экспонентов из России в выставке принимали участие ювелиры Украины, Армении, Бразилии, Италии, Испании, Франции, Польши, Бельгии, Греции, ОАЭ, Турции, Китая.

Впрочем, выставка в Сокольниках известна не только своим размахом и представительностью, ее важной частью является насыщенная деловая программа, направленная на оживленный обмен мнениями, профессиональные консультации и решение острейших отраслевых проблем.

Например, во время выставки прошло первое заседание Ассоциации производителей и поставщиков товаров и услуг для ювелирной промышленности, куда вошли такие известные компании, как «Ардос», «Сапфир», «Рута», «Лассо», «Ювин». Целью новой организации является объединение производителей и поставщиков товаров и услуг для ювелирной отрасли для повышения экономической эффективности их деятельности.

Деловая программа «Ювелир-2007» была организована Международным Бизнес-центром «6 карат».

На семинарах и тренингах были затронуты актуальные темы, касающиеся пробирного надзора, мерчандайзинга и товарооборота, анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, методов расчета рентабельности магазина.

Экспозиция выставки, на которой ведущие компании представили свои новые коллекции, как нельзя лучше позволяет увидеть энергичное развитие отрасли.

Московский ювелирный завод и новая компания «Лукас Золото» в этом году арендовали павильон № 17, где представили более 3500 моделей украшений из высококачественного золота и природных драгоценных камней. На пресс-конференции генеральный директор МЮЗ Денис Адамский, коммерческий директор завода Илья Адамский и представитель группы компаний Леваева Моти Оринштейн рассказали о ближайших перспективах, в частности о развитии розничной сети фирменных магазинов, которые сейчас представлены



в 35 городах Российской Федерации и за рубежом.

ООО «Адамас» Уральский ювелирный завод» начал работу в мае 2007 года в Екатеринбурге и сразу же дал повод говорить о себе: дебют новой компании на «Ювелир-2007» оказался ошеломляющим — изделия, предложенные на конкурс, обошли многих именитых конкурентов и были удостоены малого Гран-при за «морские» украшения.

Но особенно многолюдным был в дни выставки стенд «Адамас» Столичный ювелирный завод». Это предприятие и в прошлые выставочные годы не жаловалось на отсутствие посетителей, но в этот раз можно смело говорить о том, что на выставке не было ни одного человека, который не побывал бы на этом стенде, да не один раз. Виной тому и отменная коллекция, представленная на суд посетителей выставки, и оригинальная рекламная кампания, которая привлекла внимание как участников форума, так и многочисленные СМИ. Экспозиция «Адамас» была оформлена в ностальгически-патриотическом стиле: каждый день открывался пионерским горном и церемонией поднятия флага, работа стенда шла под любимые песни прошлых лет. Но самым грандиозным событием стало участие в экспозиции полевой кухни и настоящего танка Т-34! Такого Сокольники еще не видели! Мало того, ежедневно посетителей выставки встречала действующая мини-модель танка. Впрочем, миниатюрным этот внушительный и подвижный агрегат можно назвать с большой натяжкой.

«Пятачок» у полевой кухни и танка стал неформальным и самым оживленным цен-

тром выставки. Здесь, «у танка» назначали встречи, проводили переговоры, собирались, чтобы обсудить последние новости. Что ж, новый лозунг, под которым компания «Адамас» выступила на выставке «Ювелир-2007», себя оправдал — «Направление Победы!» было выбрано абсолютно верно.

Среди приятных и значимых событий, проходивших на выставке, нельзя не сказать и о юбилее компании «Белокаменная». Президент ЗАО «Р.О.С.ЮВЕЛИРЭКСПО» Александр Рыбаков поздравил страховую компанию «Белокаменная» с пятилетием работы в отрасли. В торжественной обстановке на церемонии награждения лучших ювелирных предприятий в КВЦ «Сокольники» генеральному директору СК «Белокаменная» Галине Войтович был вручен сертификат на автомобиль AUDI A3 Sportback.

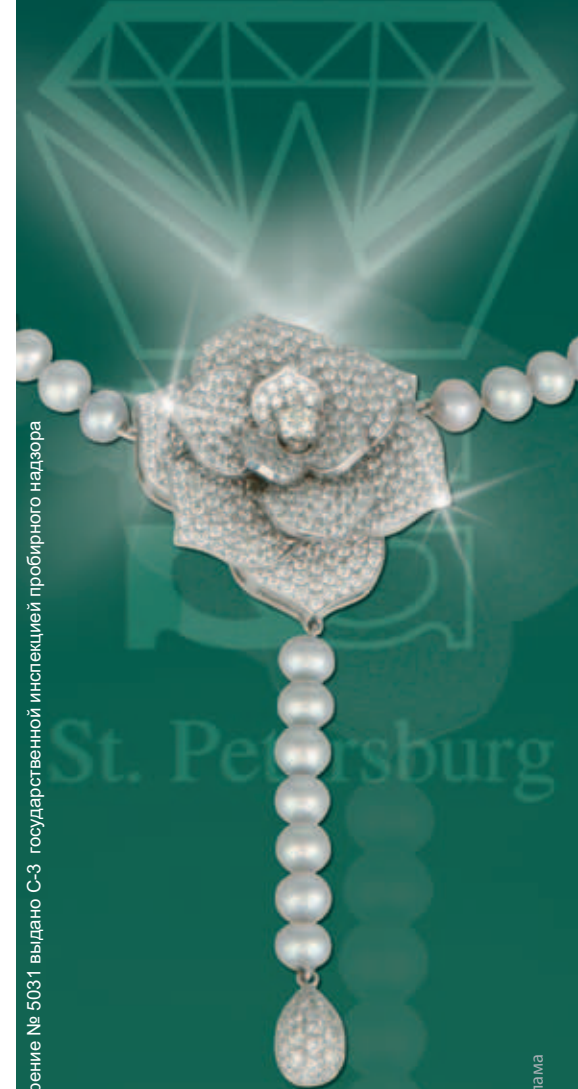
В рамках выставки состоялся конкурс ювелирных изделий. Впервые в истории проведения этого конкурса главной ювелирной выставки России Гран-при завоевала часовая компания — ООО «Торговый Дом «Ника». Дизайнеры компании были особо отмечены за «новаторство в разработке художественного дизайна мужских и женских часов». Гран-при в виде бронзовой фигуры женщины с расправленными крыльями, держащей в руке меч и стоящей на роге изобилия, получил генеральный директор ТД «Ника» Алексей Богданов.

Говоря, об итогах выставки, можно без преувеличения сказать, что профессиональный форум, без которого трудно уже представить себе московскую осень, в очередной раз доказал право на высокий статус лидера ювелирной отрасли России.



St. Petersburg

МОДА ПРОХОДИТ — ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



Регистрационное удостоверение № 5031 выдано С-3 государственной инспекцией пробирного надзора

реклама

Ювелирное предприятие «ГРИНГОР»

Санкт-Петербург, пл. Растрелли, 2
Отдел сбыта: (812) 577-15-06, 577-15-10
факс: (812) 274-15-38



начало
см. на стр.6



Номинация «Мужской стиль»
ЗАО «Производственно-коммерческая
фирма «Эрми», г. Екатеринбург
«Клубная коллекция»
Золото, бриллианты
Авторы: Королев Сергей, Петрова Ольга



Номинация «Вечерние украшения»
ООО «Петрозолото», Санкт-Петербург
Колье «Бриллиантовый Дождь»
Белое золото, бриллианты
Автор: Пригода Инна
Исполнитель: Королев Владимир



**Номинация
«Украшения для бизнес-леди»**
ООО «Фабрика ювелирных украшений»,
Москва
Комплект «Калейдоскоп»
Золото, бриллианты, цветные камни



**Номинация «Ювелирные предметы
религиозного культа»**
ООО «Софийская набережная», Москва
Образ-складень «Владимирская Божья
Матерь и Ангел-Хранитель»
Серебро, золочение, цитрин
Автор: Сажина Наталья



Номинация «Украшения для бизнес-леди»
ЗАО «Каст», Санкт-Петербург
Гарнитур «Винтаж»
Золото, бриллианты
Автор: Чернова Вера



Номинация «Украшения для маленькой леди»
ЗАО «Ювелирный Дом «Садко», Санкт-Петербург
Детские украшения с бриллиантами, драгоценными камнями и эмалью
Автор: Суханова Анастасия



За сохранение традиций национального художественного промысла
ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь», г. Великий Устюг
Ваза-ковш «Курочка Ряба»
Серебро, гравировка, чернение, золочение
Автор: Бобылева Людмила



Номинация «Мужской стиль»
ООО «Циркон», г. Таганрог
Зажим для галстука
«Автомат Калашникова»
Автор: Шеменев Денис

Ювелирный конкурс «Лучшие украшения России»

ЭТНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ

2 место

ЗАО «Финикс-М», г. Екатеринбург

Браслет «Фламенко»

Автор: Гребенщиков В. П.

Мастера-ювелиры:

Гребенщиков В. П., Зотов С. Н.

КЛУБНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

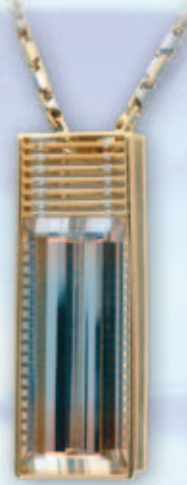
3 место

Ювелирная компания «Аргентов»,

Москва

Подвеска «Параллели»

Автор: Аргентов Я. Г.



ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ВРЕМЕНИ

1 место

ОАО «Русские Самоцветы»,

Санкт-Петербург

Коллекция ложек для варенья

Автор: коллектив ОАО «Русские Самоцветы»

ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ

3 место

ООО ВЮЗ «Русское серебро»,

г. Волгореченск

Коллекция «Конек-горбунок»

Авторы: Бучин В. Е., Архангельская А. Л.

Мастер-ювелир: Новикова Т. А.





ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ
1 место
ООО «ГРИНГОР», Санкт-Петербург
Крест наперсный
Мастера-ювелиры:
Мирошниченко А. В., Колыхалов О. И.



ЭТНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ
1 место
ОАО «Ювелиры Урала», г. Екатеринбург
Гарнитур «Карина»
Автор: Пинчук Т. С.
Мастера-ювелиры: Ковинов С. С.,
Мухамадеев С. Х., Хасанов А. А.



КЛУБНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
1 место
Студия ювелирного искусства
«Золотая Орхидея», г. Ижевск
Украшение мужское: кольцо «Мачо»
Автор: Шадрин С. В.

ЭТНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ
3 место
Ювелирный холдинг «РИФЕСТА»,
г. Екатеринбург
Серия колец «Русская коллекция»
Автор: Иванова Т. Г.



КЛУБНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
2 место
ООО «Кабирски и Компания», Москва
Коллекция украшений из африканских
пород дерева и золота
Автор: Кабирски Г.





КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА

1 место

ООО «Ювелирный дом»,
г. Екатеринбург
Гарнитур «Осенняя фантазия»
Автор Кутырев А.

ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК

1 место

ОАО «Костромской ювелирный завод»,
г. Кострома
Серия украшений «Братия»
Авторы: Теплинская Т., Николаева О.
Мастера-ювелиры: Минько Г., Еремина В.



КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА

1 место

ООО «Часовой завод «Мактайм»,
Москва
Коллекция наручных часов



ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК

3 место

ООО «Ювелирный дом»,
г. Екатеринбург
Курильный набор «Искушение»
Автор Кутырев А.

**ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК
2 место**

ЗАО «Финикс-М»,
г. Екатеринбург
Гарнитур «Царская охота»
Автор Гребенщиков В. П.
Мастер-ювелир Иванов А. Ю.

**КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА
2 место**

Торговый Дом «Траст Капитал»,
Москва
Шейное украшение
«Сокровища Посейдона»
Автор Давудов М. О.

**ЛУЧШАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА
2 место**

ООО «Кустов и Компания»,
г. Кострома
Коллекция серийного производства
«Жемчужная лирика»
Автор Гурьянов В.
Мастер-ювелир Гурьянова О.



АЛМАЗ-ХОЛДИНГ

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ



*Лучший
подарок –
ювелирный!*

Центральный офис:

129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2

тел.: (495) 956-89-89 / 98, факс: (495) 956-95-71

e-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru

www.almaz-holding.ru

«Junwex Москва» — демонстрация успеха

С 4 по 8 сентября в Московском Гостином Дворе прошла Оптовая Ювелирная Биржа «Junwex Москва», организовавшая в преддверии главного сезона продаж — осенне-зимнего периода — столь необходимую встречу поставщиков ювелирной продукции с оптовыми покупателями. Выставка состоялась в рамках Программы «Ювелирная Россия». Организаторами мероприятия выступили Клуб «Российская Ювелирная Торговля», РИА «РосЮвелирЭксперт» и ВО «Рестэк».

В эти сентябрьские дни Оптовую Ювелирную Биржу посетили 22 335 человек, в числе которых 14 560 — специалисты из всех регионов России, стран СНГ и Балтии, 7775 — розничные покупатели, 1960 — VIP-гости. Удачной розничной торговле способствовала продуманная рекламная кампания и присутствие на экспозиции высокоплатежеспособных покупателей: выставку посетили представители аппарата Правительства РФ, депутаты Государственной думы, федеральных структур и руководители крупных бизнес-объединений — «Лукойл», Газпром, Связьинвест, Роснефтесервис и многих других. Активность продаж даже превзошла ожидания секретариата Клуба «Российская Ювелирная Торговля», проводившего предварительную аккредитацию торговых посетителей, и еще раз продемонстрировала динамику роста производства и ювелирной торговли в России.

Деловая программа Оптовой Ювелирной Биржи началась еще накануне открытия «Junwex Москва», когда 76 руководителей ювелирных магазинов и салонов из 48 городов России приняли участие в состоявшихся 2 сентября семинарах и тренингах на различные актуальные для ювелирной отрасли темы: «Особенности диалога в зависимости от типа покупателей», «Товароведческая экспертиза ювелирных украшений класса люкс», «Реклама магазина без СМИ, без скидок, без баннеров», «Формирование популярности. Затраты и прибыль. Увеличение прибыли. Глубинная ревизия бизнес-процессов». 3 сентября в ТПП РФ состоялась международная конференция «Ювелирная

Индустрия: Маркетинг. Конкурентоспособность», в рамках которой ведущие представители отрасли и специалисты-маркетологи обсудили возможности внедрения новых маркетинговых технологий на ювелирном рынке. На открытии конференции выступили президент международной конфедерации ювелиров CIBJO Г. Кавальери, вице-президент ТПП РФ В. П. Страшко, генеральный директор Ассоциации «Гильдия ювелиров России» В. Б. Радашевич, генеральный директор медиа-холдинга «Рестэк Junwex» В. В. Будный.

День официального начала работы выставки — 4 сентября был весьма насыщенным. Помимо торжественной церемонии открытия в этот день состоялась пресс-конференция «Государственная промышленная политика и реальности рынка внутренней переработки драгоценного сырья российской ювелирной индустрии» с участием ведущих представителей отрасли (президент Клуба «Российская Ювелирная Торговля» С. К. Ведовский, председатель Союза ювелиров Северо-Запада, президент компании «Алмаз-Холдинг» Ф. Ф. Гумеров и др.). Резюмируя выступления докладчиков, можно сделать обнадеживающий вывод: проблемы в отечественном ювелирном бизнесе, конечно, остаются, но постоянно предпринимаются активные попытки найти выход из положения и вести конструктивный диалог с властью.

На церемонии открытия выставки «Junwex Москва» состоялось награждение лауреатов конкурса «Надежный партнер», который уже третий год проводит РИА «РосЮвелирЭксперт» совместно с Клубом «Российская Ювелирная Торговля». Традиционно лучшие





Исполнено с блеском



петроЗОЛОТО

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ИЗДЕЛИЙ С БРИЛЛИАНТАМИ

195009, г. Санкт-Петербург, ул. Михайлова, д. 11,
тел. (812) 703-39-20, 703-39-21, факс (812) 703-39-26
e-mail: petrozoloto@list.ru www.petrozoloto.ru

компании определялись по итогам опроса производителей. В нынешнем году награды — именные свидетельства и ценные подарки получили: ювелирный салон «Тутанхамон» (Тула), ООО «Русский Ювелир» (Новосибирск), ИП Куликов В. В. (Томск), ИП Коток П. С. (Славянск-на-Кубани), ювелирный магазин «Самоцветы» (Санкт-Петербург), ИП Набатов М. М. (Москва), ООО «Ювелирный дом «Кристалл» (Липецк), ТД «Золотая Русь» (Хабаровск), ювелирный магазин «Русские Самоцветы» (Санкт-Петербург), ИП Федоренко А. В. (Протвино).

А после торжественного разрезания ленточки в честь открытия состоялось еще одно важное событие — подписание договора между Гильдией ювелиров России и отраслевым медиа-холдингом «Рестэк Junwex». Идея, которая давно витала в воздухе, наконец-то воплотилась в жизнь. «Мы мечтали, что все общественные ювелирные организации объединят усилия и направят их на благо отрасли, — заявил В. В. Будный, президент «Рестэк Junwex». — Мы надеемся, что подписание договора создаст синергетический эффект общественных организаций и тех инструментов бизнеса, которые мы создаем».

Последующие дни работы выставки прошли под знаком красоты и роскоши. Гала-показ и награждение победителей конкурса «Кутюрье года» создали под сводом Гостиного Двора незабываемую атмосферу блеска и великолетия. Молодые, но уже известные дизайнеры представили публике лучшие модели в нескольких номинациях, а показ изящных модных коллекций в сочетании с украшениями компании «Александрит» еще раз подчеркнул гармонию и синтез костюма и аксессуаров. Работы конкурсантов оценивали Сергей Зверев и другие знаменитости из мира моды.

Но центральным конкурсом, итоги которого также были подведены в рамках выставки, по традиции стало профессиональное состязание «Лучшие украшения России», проходившее в номинациях: «Ювелирный подарок», «Ювелирные образы России», «Коллекция сезона», «Клубная коллекция», «Лучшая коллекция массового производства», «Путешествие во времени» и «Этнические мотивы». За звание победителей боролись лучшие ювелирные компании из 15 городов России — всего 38 предприятий, представивших на суд искусствоведов 103 изделия. Призерами престижного конкурса стали Костромской ювелирный завод, «Юве-

лирный Дом» (Екатеринбург), «Золотая Орхидея», «Русские Самоцветы», ТД «Траст Капитал», «Ювелиры Урала», Ювелирная компания «Аргентов», «Ивена», «Часовой завод «Мактайм», «ГринГор», «Рифеста», ВЮЗ «Русское Серебро», «Кабирски и компания», «Финикс-М», Завод «Русские самоцветы», ОФИР, «Кустов и Компания», «Самородки Колымы», салон «Аркада», А. Д. Сергеев.

Изделия-победители получили международный Паспорт высокой художественной ценности Высшей Экспертной Коллегии РИА «РосЮвелирЭксперт» и были занесены в Почетную Книгу «Летопись ювелирного искусства XXI века».

На официальной церемонии закрытия выставки были подведены итоги еще одного конкурса за лучшую экспозицию — «На пути к ювелирному олимпу». Победителем в номинации «Стенд-профи» стала компания «Траст Капитал», в номинации «Лучший дизайн» — ЮК «Юпитер», в номинации «Бренд-лояльность» — фирма «Фиделис».

В течение всех пяти дней работы «Junwex Москва» активно проходили встречи руководителей предприятий — производителей ювелирной продукции и оптовых покупателей. Для членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и участников выставки организаторы создали максимально комфортную атмосферу для ведения переговоров об условиях поставок коллекций в преддверии Нового года и Рождества. Сезонные коммерческие предложения предприятий к торговле транслировались через телевизионный выставочный канал (ТВК) на 14 плазменных панелях.

По словам оргкомитета Оптовой Ювелирной Биржи, задачи, которые были поставлены перед выставкой, выполнены. Планируется, что в будущем году структура «Junwex Москва» несколько изменится: выставка будет разделена на две части, имеющие различную направленность и проходящие на разных экспозиционных площадках. Так, в ЦВЗ «Манеж», где будут созданы особые условия работы для оптовых покупателей, с 2 по 5 сентября 2008 г. соберется только аудитория B2B. А экспозиция в Гостином Дворе с 3 по 7 сентября будет носить традиционный оптово-розничный характер и предполагает размещение постоянных участников. Работа по организации «Junwex Москва 2008» уже началась...



НАС ЧИТАЮТ ВЕЗДЕ



РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ
информационно-аналитическое агентство



реклама

141981, г. Дубна, пр. Боголюбова, д. 26, офис 318, тел.: (495) 740-7756,
тел./факс: (499) 195-2296, e-mail: mail@jnet.ru, www.jnet.ru

Звездный дождь

Осень для ювелиров — период очень серьезной и плодотворной работы. Именно в эти дни, предваряющие сезон наиболее активных ювелирных продаж, традиционные отраслевые выставки собирают в Москве профессионалов ювелирного бизнеса не только из различных регионов страны, но и из-за рубежа. Для компании Choron Diamond, входящей в международный ювелирный холдинг Choron Group, имеющей собственные заводы в России и Индии и являющейся лидером в области огранки алмазов и производстве ювелирных изделий, также стало хорошей традицией устраивать в эти дни праздник для партнеров и друзей фирмы, приехавших в Москву из разных уголков планеты.



В нынешнем году осенняя встреча, организованная Choron Diamond и приуроченная к открытию нового ювелирного сезона, состоялась 8 сентября в роскошных залах «Президент-отеля». Во вступительной речи господин Раджеш Ганди, глава компании, особенно подчеркнул, что за 9 лет, которые прошли с появления Choron Diamond в России, он приобрел здесь множество надежных партнеров и добрых друзей. Традиционные осенние встречи, собирающие вместе коллег и друзей, помогают не только укрепить деловые связи, но и еще раз подтвердить долгосрочные планы Choron Diamond в России.

Грандиозный светский прием начался по всем правилам этикета и по обычаям индийского гостеприимства: глава компании Раджеш Ганди как радушный хозяин лично встречал многочисленных гостей, тепло и непринужденно приветствуя каждого из них.

Среди приглашенных были не только давние партнеры фирмы, но и звезды кино, телевидения, шоу-бизнеса, знаменитые спортсмены, представители бизнес-элиты — все они уже давно и по достоинству

оценили прекрасные ювелирные украшения марки Choron Diamond. Этот вечер стал апофеозом гармоничного союза красоты и искусства: драгоценные шедевры Choron словно были созданы для того, чтобы подчеркнуть очарование, элегантность и изящество Татьяны Навки, Оксаны Федоровой, Елены Ханга... Под сводами «Президент-отеля» царили радостные улыбки и смех, поднимались тосты за здоровье и дружбу, звучали теплые искренние пожелания... Праздничную атмосферу дополняли и выступления замечательных артистов эстрады. Так, зрители с удовольствием окунулись в зажигательные ритмы песен Жанны Фриске.

Кульминацией вечера стал розыгрыш 13 призов, среди которых был целый ряд ювелирных украшений из новой коллекции Choron Diamond.

Отзвучали последние музыкальные аккорды, утих звон бокалов, вечер завершился... Но он надолго остался в памяти всех, кто побывал в гостях у Choron Diamond, — как праздник индийского гостеприимства и символ дружбы и дальнейшего долголетнего сотрудничества.

50 золотых лет Виченцы

Выставка «VicenzaORO» отметила свой золотой юбилей. Вот уже полвека этот профессиональный форум собирает лучших золотых дел мастеров Европы в уютном итальянском городе. Празднества по случаю столь знаменательного юбилея были обставлены с приличествующим случаю размахом.



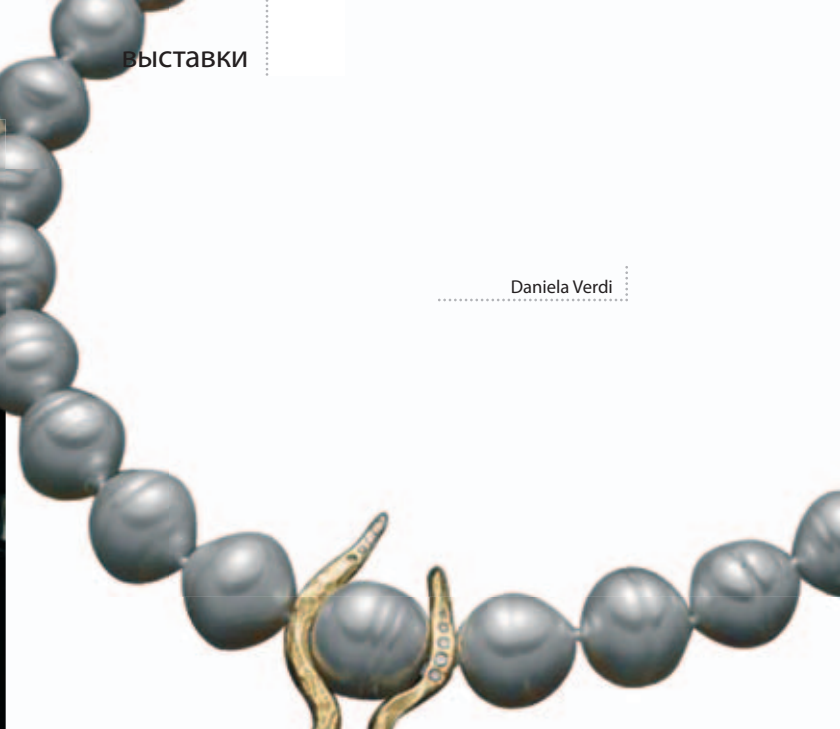
Организаторы представили пять известных фирм, которые ровно 50 лет назад разделили с выставкой ее дебют. Об истории сотрудничества длиною в полвека был снят фильм, а самим фирмам-производителям выпала часть представлять свои новые коллекции на впечатляющем гала-показе. В режиссуру праздника было заложено любопытное решение — каждая компания представляла какое-нибудь десятилетие из пролетевших, как один миг, 50 лет. Музыка, стилистика оформления, одежда, обувь, аксессуары манекенщиц — все позволяло на миг окунуться в атмосферу столь близкой, но уже минувшей эпохи. Чопорные 50-е, демократичные 60-е, рефлексирующие 70-е, зажигающие диско 80-е, противоречивые 90-е — каждое десятилетие вписало свою страницу истории в летопись выставки «VicenzaORO» и ювелирного искусства Старого Света.

Впрочем, празднованием юбилея организаторы выставки не ограничились. Как всегда, в Виченце собрались представители ведущих ювелирных фирм: 1619 участников, из них 339 зарубежных. Посетителей — 11 900. Прирост участников — 13,5%, посетителей — 25,1% из 102 стран.

Стоит сказать, что, несмотря на торжественность даты и общепризнанный успех выставочной деятельности Виченцы, критическая оценка итогов работы форума в последние годы привела организаторов к размышлениям о необходимости серьезных перемен. Новое руководство выставки, сменившей к тому же еще и статус (теперь это акционерное общество), нацелено на решение глобальных задач. Виченца должна ни много ни мало, а занять лидирующие позиции среди мировых ювелирных выставок. Сегодня 62% выставок проходит в Европе, 5% в Америке, количество выставок в Азии постоянно увеличивается, и эта тенденция не может не настораживать.



Daniela Verdi



Fasano

Согласно обнародованным планам, выставке в Виченце предстоит совершить поистине революционный прорыв и потеснить на ювелирном олимпе базельский форум, по справедливости оставив ему пальму первенства в часовой отрасли.

Сейчас в Виченце проходят три регулярные профессиональные ювелирные выставки: «VicenzaORO WINTER» — наиболее представительная и значимая (с 2008 года в рамках этой выставки будет проводится ювелирный симпозиум), «VicenzaORO SPRING» и «VicenzaORO AUTUMN», которая ориентирована на привлечение большего числа экспонентов из Азии, чтобы сохранять конкурентоспособность с выставкой в Гонконге.

В планах организаторов создание еще двух регулярных выставок. Новая международная ювелирная выставка в Милане — «Золото как предмет роскоши». Она пройдет в марте, и для нее уже отобраны 80 ювелирных фирм-участников.

В ближайшем будущем наибольшие изменения ждут выставку «VicenzaORO SPRING» — планируется провести небывалый для зарубежных профессиональных выставок эксперимент: в течение трех первых дней павильоны будут открыты для оптовиков, затем два дня — для розницы. Спорное решение. По опыту российских выставок проведение розничных продаж вызывает немало нареканий со стороны как оптовиков, дилеров, так и розничных магазинов. В свое время немало копий было сломано в борьбе против ажиотажных розничных продаж. Время покажет, возникнут ли эти же проблемы у итальянцев, или им удастся найти свой, нетривиальный способ их устранения.

Однако несомненным положительным фактором следует считать то, что организаторы выставочного проекта, имеющего полувековую историю и годами наработанный опыт и традиции, не «закостенели» в уже сложившихся формах деятельности, а продолжают развитие. Пусть не все творческие и экономические идеи приживутся в дальнейшем, но они становятся стимулом эволюционного процесса, открывают новые горизонты и возможности как для участников выставки, так и для ее устроителей. «Движение — это жизнь», — говорили древние. Жизнь «VicenzaORO» продолжается!

Daniela Verdi



BiBiGi S.R.L.



Calgaro



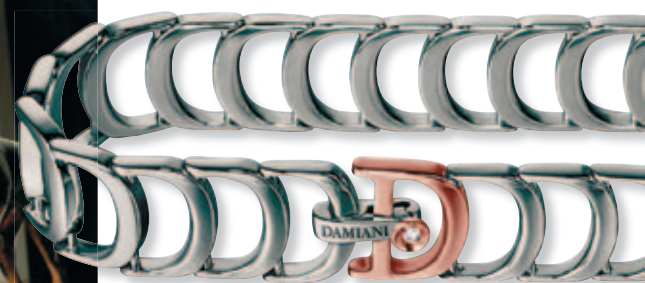
Bottene SNC



Kiara



Adelio Rossini



Damiani

Misis



Van Der Bauwede



Vicenza — рождение новой классики

Каждая выставка в Виченце — это откровение. Казалось бы, в ювелирной моде все уже было, и искушенных экспертов трудно удивить, но тем не менее каждый год звезды ювелирного олимпа находят новые образы и предлагают смелые решения, отвечающие пристрастиям и вкусам нового дня. Итак, в этом сезоне в моде классика в оригинальной интерпретации чувственной графики.

Главным модным событием стоит признать окончательный триумф цепей. Времена, когда достаточно было надеть тонкую цепочку на шею, канули в Лету. Больше, длиннее, объемнее — вот девиз современности. Цепи становятся необходимым аксессуаром для создания модного образа. От былой скромности не осталось и следа — многоярусные, витиеватые композиции, в которых каждое звено подчинено общему замыслу, становятся желанным и роскошным украшением.

Все виды плетений, комбинации фактур и обработок поверхностей, включения камней, брелоков, акцентирующих символов, педантичное оформление застежек, приглашенных играть ведущую роль, — для цепей нет ничего запретного.

Даже длина и форма ожерелий теперь понятие непостоянное: на пике популярности украшения-трансформеры, меняющие конфигурацию по прихоти владельца.



Gioielliamo



Marco Bicego



Calgaro



Nanis



Calgaro



Alferi St. John



Kiara



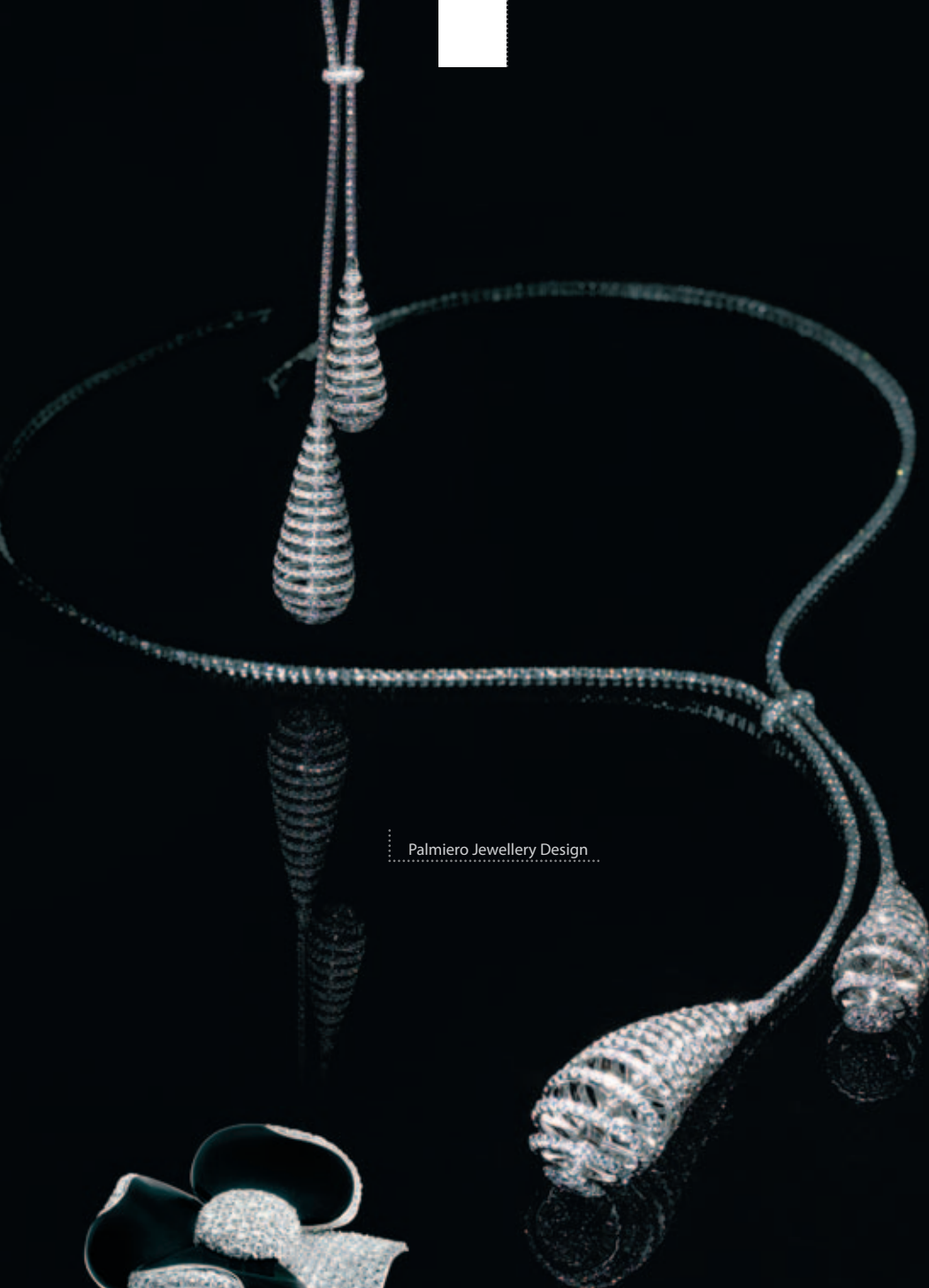
Favero



Sanalidro S.R.L.



Calgaro



Palmiero Jewellery Design



Marco Bicego



Valente



Fasano

Повальное увлечение самоцветами не смогло тем не менее пошатнуть главенствующего положения короля камней — бриллианта. Не скромничая, не сдерживая порыва, дизайнеры усыпают бриллиантами любые поверхности. Блеск множества бриллиантов не теряется в многоцветье роскошных камней. У совершенного бриллианта нет победителей.



Favero

Palmiero Jewellery Design

Alfieri St. John

Faberge



Calagro



Marco Bicego



Fasano



Calagro

Roberta Porra



Marco Bicego



Гладкий полированный металл сегодня не в чести, потребитель голосует за все виды оригинальных обработок поверхностей в ювелирных украшениях. Комбинация фактур, игра на свете и тенях, пропадающих в матовых рифленых изгибах, позволяет создавать новые притягательные образы. Такие изделия не нуждаются даже в самоцветах, здесь металл совершенен в своей многоликости. Про прихоти ювелира он превращается то в непостоянство зыбучих песков, грубые изломы камня, острые грани ледяных глыб, то поражает шелковистостью атласа, блеском сатина, нежнейшей шероховатостью бархата и причудливыми переливами муара.



Quaglia



Valente

Piero Milano



Все грани круга — так можно назвать графическое воплощение ювелирной моды сегодняшнего дня. Сложная концентрическая графика ломает привычные стереотипы, в ней чередуются времена года, цикл жизни и смерти, спираль мироздания. Ломанные линии и плавные окружности сплетаются в ритмичном танце гармонии. В этом круговороте нет ничего лишнего, только бесконечность движения и вечность красоты.



Garavelli



Marco Bicego



Fasano

Istanbul Jewelry Show — покорение новых вершин!

С 30 августа по 2 сентября в Турции проходила очередная выставка «Istanbul Jewelry Show — 2», в которой приняли участие производители ювелирных украшений, часов и оборудования из 21 страны. Выставку в Стамбуле посетили 11 865 человек, из которых 22% составили гости из 74 стран мира.



Организаторы проекта «Rotaforте Int'l trade fairs and Media» по праву гордятся тем, что выставка стала одним из выдающихся международных ювелирных форумов. «Многолетняя успешная история «Istanbul Jewelry Show» доказала всему миру свою силу, — утверждают они. — Вехи этой истории показывают нашу решимость и терпение». Свое впечатление о прошедшей выставке высказал глава компании г-н Sermin Cengiz: «Нам очень приятно принимать у себя профессионалов ювелирного рынка. Вот уже 22 года наша выставка является отличным инструментом, объединяющим потребности покупателей и предложения поставщиков со всего мира. Отзывы, которые мы получили по окончании выставки, были очень позитивными. Теперь мы поняли, что находимся на правильном пути — пути становления нашей выставки лидирующей торговой площадкой в мире. И мы верим в то, что «Istanbul Jewelry Show — 2» будет продолжать расти с каждым годом».

Действительно, отзывы участников были весьма приятными. Вот лишь некоторые из них.

Gandhi Bhaves (BHC Diamonds, Таиланд): «Выставка прошла замечательно. Мы участвуем в выставке уже седьмой раз. Турция — это отличный рынок, а для бриллиантов особенно».

Neeraj Kejriwal (Silvex Image, Индия): «У меня сложилось хорошее впечатление о выставке. Я очень рад был побывать здесь, так как мы получили много заказов. Мы

действительно удовлетворены итогами и повторно вернемся сюда в марте».

Chinmay Ganhdі (Ariha Diamond Jewelry, Таиланд): «Выставка удалась. Очень хочется поблагодарить команду Rotaforте. Они профессионалы высокого уровня и просто отзывчивые люди. Мы будем участвовать в последующих как минимум пяти выставках. Турция для нас отличный рынок. Это возможность получить заказы из соседних с ней стран: Украины, России, Болгарии и др. Это один из лучших центров для бизнеса».

Nishith K. Pandya (RT Star Jewelry, Индия): «Мы довольны выставкой, организация проекта — на высоте. В «Istanbul Jewelry Show — 2» мы участвуем впервые, но точно будем участвовать в ближайших выставочных проектах в Стамбуле».

Emil Güzelіş (Zen Diamond, Турция): «Мы удовлетворены этой выставкой, организованной на высоком уровне. У меня много причин, чтобы моя компания участвовала в выставке. Мы также принимаем участие в других выставках, организованных Rotaforте за границы. Эта команда действительно делает хорошую работу!»

Mustafa Akin (Sade İş, Турция): «Выставка прошла отлично. Мы очень довольны сроками проведения выставки, а также числом посетителей и покупателей. Работая здесь, мы всегда обретаем новые заказы и хотим поблагодарить за это команду Rotaforте».

Meri Taksі (Mary Antique, Турция): «Мы рады оказаться на «Istanbul Jewelry Show — 2». У нас уже появилось несколько



новых покупателей. Мы участвуем в выставке уже на протяжении шести лет и будем участвовать и дальше».

А вот как выглядела выставка глазами не участников, а гостей, посетителей «Istanbul Jewellery Show — 2».

Ivan Gurgiev (Foas Igav Autidy, Украина): «Я посещаю эту выставку уже шестой раз. Она, конечно, меньше по масштабу по сравнению с мартовской, но она полезна для ювелирной индустрии. Я вновь приеду сюда, так как эта выставка — одна из лучших в Европе».

Hasmukhrai Dhanak (Дубай): «Мне нравится выставка. По сравнению с прошлым годом ее сроки немного короче. Я планирую приехать сюда в марте, так как я продаю ювелирное оборудование, а Турция — отличный рынок».

Mohammad Farooq (Taris Gallery, Кувейт): «Выставка великолепна. Она действительно международная. Любой может найти здесь то, что ему необходимо: будь то производитель или дизайнер, продавец

бриллиантов или оборудования... Я обязательно приеду сюда в следующем году. Я была в Базеле, Гонконге, Виченце и, побывав впервые в Стамбуле, я была очень удивлена и могу сказать с уверенностью — это действительно хорошая выставка».

Aiten Hanani (Zaban Taso, Израиль): «Меня интересует турецкий рынок. Я был на мартовской выставке и собираюсь приехать в следующем году. Я был очень рад посетить эту выставку».

Ivan Chanes (Virtuosa, Россия): «Это отличная выставка. Меня интересует в первую очередь оборудование, поэтому я обязательно вернусь сюда в марте».

Abdullah Eker (Турция): Несомненно, мартовская выставка намного больше этой, но и «Istanbul Jewellery Show — 2» мне очень понравилась, особенно по сравнению с прошлым годом. Я увидел значительный рост. И в будущем я буду также посещать эту выставку».



Турция, веками объединявшая в себе очень большое количество цивилизаций, образует великодушную культурную мозаику. На сегодняшний день Турецким Сектором Золотых Украшений осуществляется распространение золотых украшений, зародившихся в той самой культурной мозаике 5000 лет назад и ставших наследием, по всему миру. Анталия, жемчужина Средиземного моря, туристическая столица Турции, играет в этом огромную роль, осуществляя продажу миллионам гостей, приезжающих посетить нашу страну. Продажами туристам туристическая столица Анталия в ювелирном секторе достигла серьезных цифр. Продажи туристам в Анталии занимают более

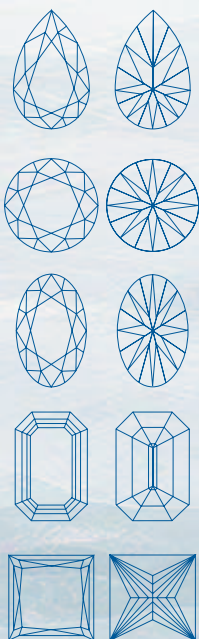
1/3 от 100 тонн общего объема экспорта ювелирных изделий, осуществляемого Турцией. Изумление туристов, приезжающих в Анталию, дизайном увиденных ювелирных украшений лишний раз убеждает в правильности выбранного нами пути. Мировой Совет Золота (WGC) положил начало проекту «Antalya Heart of Gold». Проект «Antalya Heart of Gold», выступающий под лозунгом «Indulge yourself with sun, sea and gold» заявляет о важности золота, так же как и моря, песка, солнца. Целью этого проекта является признание Анталии, прославившейся во всем мире как город солнца, моря и природной красоты, сердцем золота.

www.antalyaheartofgold.com



ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

НАДЕЖНОСТЬ



реклама

111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292 (многоканальный)
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

Ювелирный прогноз от Signity

Signity, торговая марка Swarovski для природных и искусственных ювелирных камней, компания — лидер в области точной огранки ювелирных камней, объявила о выпуске новой книги «Gem Vision 2008». Этот ежегодный труд традиционно сфокусирован на последних тенденциях моды и ювелирного дизайна. Первое издание «Gem Vision» увидело свет в 2003 г. Тогда Signity впервые представила результаты исследований в области моды драгоценностей, прогноз будущих тенденций и уникальные новинки ювелирных камней, соответствующих этим тенденциям. За прошедшие 5 лет проект завоевал широкое признание как превосходный источник вдохновения и очень важный инструмент дизайна и маркетинга.

Анализ тенденций и их описание для Signity разрабатывают признанные во всем мире эксперты — профессионалы высочайшего уровня. Задача, которую ставят перед собой специалисты проекта: рассмотреть ювелирный камень в контексте основных международных тенденций моды, стиля, культурных и социальных изменений.

Какие же новые тенденции ожидают нас в наступающем 2008 году? Исследование ювелирной моды наглядно продемонстрировало: драгоценности вновь становятся символом статуса и своеобразным талисманом.

По прогнозам «Gem Vision», будущий год станет годом искусства камня, возрождения классических традиций мастерства. Украшение предстанет перед нами не только как произведение рук человеческих, но и как изумительное чудо природы, магический талисман, — и все это благодаря уникальным свойствам драгоценных камней.

«Gem Vision 2008» акцентирует внимание на двух различных направлениях развития всех тенденций: с одной стороны, новая прямолнейная строгость, усиливающая уже проявлявшуюся ранее тенденцию возврата к классике; с другой стороны, романтика — постоянно эволюционирующая тема, которая в этот раз базируется на богатом историческом наследии, магии и таинственности. При этом романтическая тематика начнет и новый виток своей эволюции — в единстве со стилистикой хай-тека. Всеобъемлющая органическая мегатенденция и всеобщий интерес к живой планете по-прежнему останутся актуальными. В каждой из четырех тенденций проекта «Gem Vision» специалисты выделили три концепции дизайна.



В этом номере мы предлагаем познакомиться с двумя темами — Origens и Mysticglam.

Origens — квинтэссенция роскоши и неразрывная связь с природой.

Продолжая тему чувственного минимализма, обозначенную еще в «Gem Vision 2005», Origens добавляет к ней ощущение первозданности, обращаясь к самым элементарным органическим формам, существующим вне времени. В этой теме выделены три концепции: «Случайная красота» (внимание сфокусировано на случайной и хаотичной сущности природы), «Окаменелые сокровища» (изысканная инкрустация), «Чувственные изгибы» (органические формы максимально упрощены). Цветовая палитра темы — естественные земные тона, усиленные переливчатыми белыми оттенками песка и перламутра.

Mysticglam — изысканная роскошь и мистика.

Таинственные загадки прошлого находят свое отражение в прекрасных, обильно декорированных ювелирных шедеврах тончайшей работы, которые вызывают ассоциации с роскошью средневековых дворцов и присущей им мистической атмосфере. Три основные концепции этой темы: «Драматичная красота» (несколько театральные, крупные украшения — символы статуса, богатства и величия), «Средневековый шедевр» (подчеркивающие уверенность и достоинство владельца украшений, в которых ощущается влияние ренессанса), «Тайные науки» (талисманы и амулеты — все, что связано с оккультными науками). Палитра — темная и насыщенная, особое место занимают оттенки бархата и парчи.

Designer Lilian Franco,
Brazil



Designer Carla Amorim,
Brazil



Designers Wong Kam Yi, Avis,
Hong Kong

Designer Mimi So,
USA



Designer Carla Amorim,
Brazil



Mystiglam



Designer Glauca Silveira,
Brazil



Designer
Behroz Mewawalla,
UK

Designer
Divana De Silva,
Sri Lanka

Designer
Qin Wen Man,
China

Designer
Hitoshi Matsushita,
Japan


Origems



Designer
Erik van Peterson,
UK



Designer
Daniel Swarovski,
France



Designer
Mariela Alejandra,
Brazil



Designer
Glaucia Silveira,
Brazil



Ювелирный салон продает оборудование:
прилавки и витрины в хорошем состоянии.
Наши телефоны: (812) 323 33 61, 310 37 10

J-art

Производственная компания предлагает поставки более 40 наименований золотых пуссет с бриллиантами и драгоценными камнями

- высокое качество
- элегантный петербургский стиль
- комфортность и надежность партнерства

ООО «Джей-арт»
Санкт-Петербург, ул. Жукова, д. 18
(812) 982-52-50, 973-05-53
e-mail: j-art@list.ru

НОВЫЙ СТИЛЬ

современный дизайн в оформлении витрин

197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
тел.: (812) 230 3048, ф.: 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
тел./факс: (495) 781-43-43
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

Паола Валентини и Массимо Дзукки.

Творческий союз



После первого этапа проекта «Школа ювелирного дизайна», проведенного Международным Бизнес-центром «6 карат» в мае-июне этого года при участии итальянских дизайнеров Марии Ланца и Розан Кинарелли, проект получил свое продолжение, и в ноябре с новой программой мастер-классов и семинаров нас посетит итальянский дизайнер Паола Валентини. Родившаяся в Италии, как профессионал выросшая во Франции, Паола Валентини — одна из самых востребованных ювелиров-дизайнеров среди своего поколения. Изучение ювелирного дела и дизайна во Франции, Италии и США очень рано пробудили в ней любовь к путешествиям. Сегодня ее клиенты из разных стран — это большие промышленные компании, занимающиеся ювелирным делом, мировые бренды и различные авангардистские галереи. Паола Валентини уже много лет сотрудничает с миланской студией Массимо Дзукки. В ходе их совместного творчества было создано большое число проектов, среди которых коллекции для Домов Роберта Вана Tahiti Perles и Escada.



Вехи биографии

Паола Валентини получила профессиональное образование в Государственном институте искусств Франции по специальности «художник-керамист».

— Меня интересовала непосредственная работа с материалами, радость претворения в материале своих рисунков, которые при работе с глиной, гипсом приобретают форму и телесную осязаемость. В процессе экспериментов с различными материалами меня заинтересовала работа с драгоценными металлами — в первую очередь с золотом. Золото — очень живой металл, он дает широкие возможности в области экспериментирования с формами и объемами.

Впоследствии Паола Валентини оканчивает высшие профессиональные курсы по специальности «мастер-ювелир» в Валенца По.

— Мне хотелось всегда творить, всегда создавать новые формы, объемы, сочетать разные материалы. Я хотела, чтобы красота была и моей ежедневной заботой, и моим предметом для размышления.

Паола получает дополнительное образование в Калифорнийском университете по специальности инженер-проектировщик трехмерных компьютерных моделей программы «КАД-КАМ». Безусловно, на сегодняшний день использование 3D-про-

грамм для создания ювелирных украшений является очень эффективным. Однако, по мнению Паолы Валентини, первенство все же остается за эскизом, живым рисунком.

— Я использую программу 3D для создания прототипов только после окончательного оформления замысла и создания эскиза. Однако не всегда есть смысл приводить рисунки к 3D, это актуально, только когда прототип должен быть выполнен с помощью машин и программ быстрого прототипирования. Иногда прототипы выполняются вручную, иногда — с помощью компьютера. Программа очень удобна, так как позволяет виртуально визуализировать задуманное украшение и быстрее рассмотреть варианты размеров, если необходимо сделать другие модели в масштабе.

В настоящее время Паола Валентини живет в Париже, столице мировой моды. Она работает на Вандомской площади, в самом сердце мирового ювелирного дизайна.

— В Италии я получила образование, изучила искусство, ремесло, получила профессию и работу дизайнера. Во Франции я научилась тому, что зовется Высокой модой. Именно для изучения этого уникального «savoir faire» я переехала в Париж. Я хотела работать в мастерских великих французских ювелирных домов, и каждый день я продолжаю учиться чему-то новому, где бы я ни

была — в любой части света, где бы я ни работала — на каждой фабрике, в каждой мастерской.

В течение долгого времени Паола Валентини сотрудничает с широким кругом мировых ювелирных домов, среди которых Damiani и Bvlgari (Италия), Van Cleef & Arpels, Cerruti 1881, Tahiti Perles Robert Wan (Франция), Bucherer (Швейцария), Oro America (США). Она разрабатывает дизайн ювелирных коллекций, работает в области исследования, развития и создания брендового имиджа. Среди последних выполненных ею коллекций можно назвать украшения для ювелирных домов Crova (Валенца По), Escada-Pluczenik (Мюнхен—Антверпен), Mikimoto (Токио), David Morris, Charles Garnier (Париж), QVC (США).

Длительное время Паола Валентини сотрудничает с миланской студией Массимо Дзукки (Studio Zucchi Design). Среди совместных проектов можно выделить коллекции для домов Tahiti Perles a Robert Wan (Папеэте, о. Таити) и Escada.

Массимо Дзукки, получивший образование архитектора в Римском университете, начал свою карьеру в сфере индустриального дизайна в 1979 году в Ювелирном доме Bvlgari, где проработал три года, проектируя ювелирные украшения, часы и предметы роскоши. В 1982 году он открыл в Мила-



не собственную студию. Студия не просто проектирует ювелирные украшения, она занимается дизайном упаковки и витрин, а также дизайном интерьеров ювелирных салонов и их архитектуры. Несмотря на это, Дзукки продолжает работать с Bvlgari, Harry Winston и Rolex, с которыми он сотрудничает уже два десятилетия. Студия проектирует украшения класса люкс для всемирно известных брендов, среди которых Hermès, Seiko, Chaumet, Chopard, Gucci, Tahiti Perles, Mauboussin.

Массимо Дзукки и Паола Валентини не ограничиваются лишь дизайном отдельных предметов, они затрагивают сферы, касающиеся брендового имиджа. При сотрудничестве с Tahiti Perles Дзукки участвовал не только в создании нового дизайна ювелирных украшений, но и в разработке корпоративной индивидуальности, дизайна упаковки и подачи украшений в витрине магазина.

— Что мне нравится в проекте, так это возможность видеть, что мастерская работает как одна команда.

О современном дизайнере...

Паола Валентини утверждает, что «работа дизайнера — это по своей сути сначала поиск идеи, ее оформление и лишь потом — разработка проектов». На новые проекты ее вдохновляет изобразительное искусство: живопись, скульптура, фотография, графика, архитектура и, конечно же, мода, декоративно-прикладное искусство, иногда те люди, которых она встречает во время своих многочисленных путешествий.

Если говорить о том, какие знания должен иметь современный дизайнер, то, по мнению Паолы Валентини, «он должен обладать превосходной культурной базой, отлично владеть основами рисунка, в том числе технического, глубокими знаниями фабричных технологий. Немного таланта также не помешает». Для Паолы Валентини художественное образование и знание производства неотделимы друг от друга. Без знания и понимания технологии и методов производства невозможно ни само искусство, ни новаторство в области формообразования. Массимо Дзукки добавляет:

— Быть дизайнером сегодня означает оставить след в памяти общества. Это одно из больших мечтаний профессионала.

Работа дизайнера имеет свою специфику, как и любая другая профессия, в данном случае это конфиденциальность.

— Информация о новых проектах, которые готовят крупные международные бренды, является конфиденциальной. Дизайнер не имеет права сообщать о том, что работает с этими марками, до тех пор, пока коллекция не поступит на рынок и марка не снимет конфиденциальность. Этот период может длиться годами.

Если спросить о том, с кем Массимо Дзукки сотрудничает в данный момент, то вы получите ответ:

— Я не пошел бы в тот банк, который вывешивает списки своих клиентов.

Массимо Дзукки также является одним из тех талантов, которые скрываются за именами ведущих брендов, таких как Bvlgari, Patek Philippe, Rolex, Bugatti.

— Мое имя не стоит почти на 95 процентах тех предметов, которые я создаю, для которых выполняю дизайн.

Тогда возникает справедливый вопрос — насколько дизайнер свободен в своем творчестве, в чем заключается эта свобода? И вот ответ Паолы Валентини:

— Дизайнер должен решать проблему, которую поставил перед ним заказчик, и часто здесь речь идет о стиле, эстетических критериях и ценностях окончательного продукта. Свобода здесь состоит в том, чтобы создавать и обновлять изделия, сохраняя идентичность марки, чье имя и будет носить то или иное украшение.

Массимо Дзукки высказывает такое же мнение:

— Надо понимать, что окончательный дизайн предмета — это результат успешного усвоения всех важных для бренда элементов. В этом смысле успех приходит благодаря напряженному сотрудничеству между дизайнером и компанией.

Важную роль при работе над брендовым украшением играет и то, что студия Массимо Дзукки, как и сама Паола Валентини, занимается аналитикой мирового рынка. Анализ рынка ставит своей целью выявить и заново интерпретировать историю и прошлое бренда, руководствуясь тонким пониманием современности.

Правило конфиденциальности действует вне зависимости от того, выпускается украшение в промышленном масштабе либо является уникальным произведением.

— Почти все мое рабочее время посвящено работе с брендами, в процессе этой работы мне поступают заказы, в том числе на создание уникальных ювелирных украшений. Их я создала достаточно много, но они, естественно, носят имя бренда. Если говорить об украшениях, подписанных моим именем, то они появляются только при частном заказе, когда меня просят создать особенное, исключительное ювелирное украшение. В данном случае я начинаю работать с чистого листа, так как у частных лиц нет, как правило, определенной идеи, кроме желания иметь уникальное и оригинальное украшение.

Не так давно с одним подобным, безусловно, уникальным ювелирным украшением произошла очень необычная история, о которой нам рассказала одна из создателей этого самого украшения, Паола Валентини:

— В парижском аэропорту были украдены ювелирные украшения Escada, дизайн которых выполнила я и мой уважаемый коллега синьор Массимо Дзукки. Их стоимость составляла 3 миллиона долларов. Среди украшений находился бриллиант «Game of Heart» (Игра сердца), оцениваемый в 800 000 долларов, а также кольцо в 200 карат, созданное специально для каннского вечера, который проводился под патронажем Элизабет Тэйлор. Эта коллекция была выставлена в Hotel de Paris, престижном монашеском выставочном центре, после чего должна была быть доставлена в Антверпен — столицу бриллиантов. Однако в Рувасси, где украшения должны были провести ночь перед погрузкой на борт самолета, они были украдены служащим таможни, у которого, в свою очередь, бриллианты украл его друг детства, которому был передан пакет. Он спрятал бриллианты у сестры своей жены в Монтруже. В итоге отдел по борьбе с бандитизмом все-таки обнаружил украшения — они были спрятаны в одной из пещер Монтружа. Благо, все закончилось благополучно.

Передавая мировой опыт

Паола Валентини и Массимо Дзукки имеют большой опыт преподавательской деятельности по всему миру, проводят конференции и семинары, передавая мировой опыт в сфере ювелирного дизайна. Особенно значимыми являются всемирные

конференции, организованные компанией World Gold Council (WGC), международной организацией, сформированной и финансируемой ведущими золотодобывающими компаниями мира с целью мониторинга и прогнозирования спроса на золото. Сотрудничество с данной компанией является значительным проектом в творческой деятельности Паолы Валентини. В рамках своих проектов она проводит исследования изменений, происходящих на золотых рынках всего мира.

Паола Валентини является также художественным директором и координатором книги, издаваемой данной компанией, — «Золотые тенденции» (Gold Trends). Компания выпускает каталог тенденций каждые четыре года.

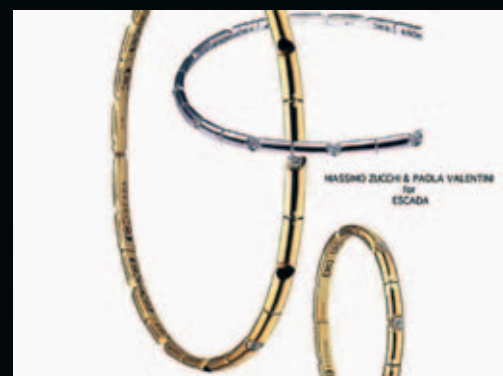
— В результате сотрудничества дизайнеров из разных стран, принимающих участие в создании книги, анализа и интерпретации тенденций формируется панорама мирового ювелирного дизайна, в изложении которой сочетаются текущие примеры и новые направления в ювелирном дизайне, сопровождаемые рисунками, изображениями моделей из воска и металла, проектами и предложениями.

Данное исследование направлено на раскрытие, изучение и анализ социокультурного фактора, выявление мировых тенденций в дизайне.

Перед приездом в Россию Паола Валентини поделилась с нами своими ожиданиями от этой поездки, желанием построить свое пребывание на взаимном обмене информацией и опытом со своими коллегами.

— Мне хотелось бы обменяться опытом с людьми, которых я встречу; пообщаться и услышать мнение моих коллег; передать свой опыт и научиться чему-то новому. Моя единственная поездка в Россию была в Санкт-Петербург. В Москве я никогда не была, и перед отъездом мне бы хотелось познакомиться с московским искусством, получить новые впечатления, которые, возможно, вдохновят меня на создание новых проектов.

О творческом союзе двух известных ювелиров рассказывала Мария Ищук, координатор проекта «Париж—Милан—Москва» Международного Бизнес-центра «6 карат».



Конкурс ювелирного дизайна

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

СМОЛЕНСКИЕ
БРИЛЛИАНТЫ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭРМИТАЖ
The State Hermitage Museum

СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ
Ювелирная коллекция «ЭРМИТАЖ»
Подвеска, золото, бриллианты

Государственный Эрмитаж Ювелирный центр «Смоленские бриллианты» Журнал «Русский Ювелир»

продолжают открытый конкурс ювелирного дизайна

«Бриллиант. Рождение стиля»

Внимание!

В связи с повышенным интересом, проявленным к творческому конкурсу, и уступая настойчивым просьбам участников, не сумевших вовремя выслать свои заявки, организаторы конкурса приняли решение продлить срок приема работ до 31 декабря 2007 года. Следите за объявлениями о ходе конкурса.

Тема конкурса:

Ювелирное изделие с бриллиантами на тему «Эрмитаж»: коллекция драгоценностей «Античность».

Государственный Эрмитаж — один из лучших музеев мира, сокровищница, собравшая тысячи шедевров мирового искусства. Эрмитаж всегда служил источником вдохновения для художников, желающих совместить классические каноны с новыми тенденциями развития искусства. И сегодня руководство этого музея, продолжая традиции, помогает новым талантам заявить о себе и представить свое творчество на суд профессиональных экспертов.

Условия конкурса:

Участие в конкурсе бесплатное.

Работы оцениваются в возрастных категориях: от 18 до 27 лет и старше 27 лет.

Каждый участник может представить на конкурс не более 10 эскизов.

Принимаются эскизы, не выполненные ранее в материале.

При включении в изделия других драгоценных и полудрагоценных камней преимущество бриллиантов должно быть очевидным.

Эскизы мелкой пластики, интерьерных украшений, посуды и прочего к конкурсу не допускаются.

Компетентное жюри оценит работы по следующим критериям: оригинальность замысла, позволяющая максимально эффективно представить бриллианты в изделии, новизна сочетания материалов, современность решения.

Конкурс проводится в два этапа:

I этап: конкурс эскизов.

Размер эскизов не менее 10x13, рисунок необходимо оформить на картоне размером 25x30 см в паспорту или представить в электронном виде.

Рисунок должен быть выполнен в масштабе 1:1 в трех проекциях, с указанием основных материалов и технологии производства.

II этап: защита проектов.

Семь победителей первого этапа будут приглашены для защиты своих работ перед членами жюри.

Авторы трех лучших эскизов получат премии:

- 1 место — 50 000 рублей,
- 2 место — 30 000 рублей,
- 3 место — 20 000 рублей.

По эскизам, признанным лучшими, в ЮЦ «Смоленские бриллианты» будут выполнены изделия. Возможно заключение авторского договора.

Информационная поддержка конкурса включает:

1) подробное освещение всех этапов конкурса на страницах журналов «Русский Ювелир-профи» и «Русский Ювелир-fashion»;

2) интервью с победителями конкурса и презентация лучших эскизов на страницах этих журналов;

3) все участники конкурса получают в подарок подписку журнала «Русский Ювелир-профи»;

4) размещение информации об условиях конкурса в средствах массовой информации;

5) проведение локальных отборочных туров в профильных учебных заведениях России и на специализированных выставках;

6) работы победителей будут воспроизводиться на рекламных открытках тиражом 100 000 экземпляров по адресной базе Москвы и Санкт-Петербурга.

Конкурсные работы принимаются в редакции журнала «Русский Ювелир».

Наш адрес:

199034, Санкт-Петербург, В.О.,
16 линия, д. 7, оф. 115.

Тел.: +7 812 328-05-51/61, 327-75-65.

e-mail: konkurs@russianjeweller.ru

СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ



"Смоленские бриллианты"

Москва, Петровка, 26
Тел. (495) 913-58-18

"Смоленские бриллианты"

Москва, Кузнецкий мост, 18
Тел. (495) 742-05-31

"Смоленские бриллианты"

Москва, 65-й км МКАД
ТЦ "Крокус Сити Молл", бутик 169
Тел. (495) 727-25-00

"Смоленские бриллианты"

Минск, пл. Свободы, 4
+375-296646010

"Смоленские бриллианты"

Смоленск, Ленина, 7/2
Тел. (4812) 35-07-89

"Смоленские бриллианты"

Санкт-Петербург
Невский пр., 57
Пассаж "Коринтия Невский Палас"
Тел. (812) 764-22-34

"Смоленские бриллианты"

Санкт-Петербург
Невский пр., 38/4
вход с улицы Михайловской
Тел. (812) 571-61-60



Какой продавец нужен вашему магазину?

Для розницы сейчас определенно неплохие времена! Разнообразие розничных предприятий впечатляет: супер- и гипермаркеты, магазины у дома, элитные бутики, специализированные магазины и универсальные, брендовые и мультимарочные, «окультуривается» торговля на рынках. Количество торговых центров растет в каждом городе.

Екатерина Казаринова,
начальник регионального отдела
департамента розничных продаж
ТК «Красный куб»,
клуб «Супер-Розница».
<http://www.retailclub.ru>

По оценкам девелоперских компаний, к 2010 году Москва может выйти на уровень мировых столиц потребления по показателям квадратных метров торговых площадей на 1000 человек населения. Для нас с вами это значит, что рабочих мест в рознице будет больше, конкуренция выше, покупатель станет еще разборчивее. Так что, если вы решили, что розница — ваше призвание, у вас огромный простор для деятельности.

Что же такое розничный магазин? Это место, где встречаются покупатель и товар, где товар обменивается на деньги, где удовлетворяются или формируются покупательские потребности. Но все это не происходит и не может происходить само по себе, этот процесс создаем мы — работники розницы! На занятиях с управляющими часто даю такое задание: напишите портрет Продавца элитного бутика, вещевого рынка и супермаркета. И через пять минут появляются три листа с описаниями продавцов. Обычно это такие портреты:

Продавец элитного бутика. Девушка или молодой человек, с высшим образованием, приятным и располагающим внешним видом, грамотной речью, умело фильтрующий покупателей по принципу «стоит — не стоит» подходить и общаться. Отлично знает свой товар, при разговоре со «стоящим» покупателем проявляет массу внимания и расположения, применяет техники продаж, умеет «облизать». Если же покупатель был оценен как «нестоящий», то не тратит на него свое время и внимание.

Продавец на вещевом рынке. Дама неопределенного возраста, часто с характерным украинским или белорусским акцентом (для Москвы), громким голосом зазывалы,

«модно» одетая и покрашенная. Она не пропустит мимо ни одного покупателя. С каждым поздоровается, задаст любимый вопрос: «Чем помочь?» Обязательно найдет что-то, что нужно именно вам, и так уболтает, что купить придется!

Продавец супермаркета. Дама или девушка в возрастном диапазоне от 18 до... в фирменной одежде. Безмолвно перемещается по торговому залу, не желает и не умеет говорить «Добрый день» даже при работе через прилавок. Продавец не знает толком, где какой товар находится в большом торговом зале, ориентируется только «у своего прилавка». Не умеет дать консультацию по товару. Вызывает ассоциацию — человек с конвейера.

Такие портретные ассоциации уже сформировались в нашем обывательском представлении! С одной стороны, все трое — Продавцы, с другой, — то, чем и как они занимаются в рабочее время, сильно различается!

Экономическая сущность супермаркетов — максимум свободы выбора и принцип самообслуживания — делают ненужным в своей массе индивидуальное консультирование. Нужно ли такому Продавцу мастерское владение техникой продаж? Должен ли он быть общительным?

Другое дело — элитный бутик, выручку которого делают в основном постоянные покупатели. Здесь от Продавца в самом деле требуется знание и применение на практике не только техники продаж и норм этикета. Нелишним оказывается владение иностранными языками, знание тонкостей психологии общения, доскональное знание особенностей своего товара.

Сущность вещевого рынка ясна без комментариев.





Можно в нескольких словах определить смысл работы каждого из этих Продавцов:

Продавец супермаркета. Его задача — обеспечить бесперебойность процесса. Своевременная выкладка, быстрая работа за прилавком, точная работа на кассе.

Продавец элитного бутика. Его задача — уметь определить потребности и ценности своего клиента, приложить все усилия, чтобы покупатель перешел в категорию Постоянных.

Продавец на вещевом рынке. Для него главное — продать! Здесь и сейчас! Способы выбираются разные.

Так уж получается, что в сегодняшнем состоянии нашего общества профессия продавца и наше отношение к ней уже претерпело изменения. Спросите своих мам — что значило работать в советские времена продавцом? Товарный дефицит делал эту профессию близкой к «волшебной». Девчонки приходили в торговлю и всю жизнь в ней хотели работать. Продавцами! И работали. С середины 1990-х ситуация изменилась. С наполнением рынка предложением товаров и услуг эта профессия утратила магию времен дефицита. Проведите соцопрос в магазинах — какой процент ваших сотрудников видят в своей работе призвание и хотят работать продавцами всю жизнь? При анкетировании обязательно попросите указать возраст. Оценивая, каким образом степень приверженности профессии продавца соотносится с возрастным диапазоном, возможно, вы увидите еще одну грань портрета вашего Продавца. И, честно глядя в глаза реальности, будете принимать управленческие решения по вопросам поиска, отбора, обучения и т. д. персонала.

А какой продавец нужен вашему, конкретно вашему магазину? Оцените: сколько стоит такой «готовый» продавец на рынке труда, действительно ли вам нужны все заявленные параметры и в какой степени. Сколько будет стоить обучение неквалифицированных людей, приходящих на такую вакансию?

Слова из известной песни: «Мы выбираем, нас выбирают, как это часто не совпадает» — проводя собеседования, время от времени вспоминаю их. Точно так же, как мы подбираем сотрудников, так же и соискатели выбирают себе работу или компанию, в которой хотели бы работать.

Варианты сценария проведения собеседований:

- **Допрос-примерка.** Вы оцениваете прошедшего кандидата и примериваете к портрету вашего сотрудника. При таком сценарии собеседование превращается зачастую в допрос. Ваш вопрос — их ответ. Вы оценщик, он — объект оценки.
- **Продажа вакансии (фирмы).** Часто такой сценарий происходит, когда кандидат вам очень-очень понравился, и вы боитесь, что он передумает. Тогда вдруг вы начинаете «продавать» вакансию. Если ваших аргументов окажется достаточно, то, возможно, заполучите кандидата. Но очень важно, чтобы вы не обманывали и не обещали невозможного, иначе все равно потеряете нового сотрудника. Да и в том, что кандидат поймет, что он для вас — мана небесная, тоже ничего хорошего нет.
- **Переговоры.** Вы заинтересованы в сотруднике, он — в работе. Если ваше представление о продавце совпадает с тем, что вы видите, слышите и чувствуете, и компетенции кандидата вас устраивают, а с другой стороны, представления человека о той работе, которую он ищет, совпадают с той вакансией, которую вы предлагаете, значит, осталось только договориться об условиях сотрудничества.

Основной метод при отборе — структурированное интервью (целенаправленная беседа). Важно (!) ведя интервью, помнить, что у вас есть цель — найти нужного сотрудника, а не просто поговорить с десятком людей. Если опыт проведения интервью у вас отсутствует, составьте себе список вопросов, которые будете задавать. Не задавайте вопросов общего характера. «Как вам погода?» — даже для маленького разговора при собеседовании вопрос не будет выглядеть уместным.

Лучше составить вопросы на основе профиля должности (идеального портрета) вашего продавца-консультанта. Например:

1. Расскажите о своей предыдущей работе. Что Вам больше всего нравилось/не нравилось?
2. Какого человека Вы бы приняли/никогда не приняли работать продавцом? Почему?
3. Вспомните и опишите конфликтную ситуацию среди своих коллег. Чем закончился конфликт? Затронул ли он Вас? Чем? Ваши действия? Как можно было сгладить ситуацию лучше?



В компании, где работаю я, до 70% торгового персонала — молодые девчонки и ребята в возрасте 19–24 лет. В основном они расценивают свою работу как первый трудовой опыт, возможность зарабатывать на жизнь, пока заканчивают институты. Есть доля сезонных продавцов, что называется, от сессии до сессии. Есть те, кто хотят работать в рознице и расценивают этот опыт как первую ступеньку, их мотивирует карьерный рост. Картина различается в разных городах, наиболее динамичная ротация персонала и более молодой состав, конечно, в Москве. Знание фактического состояния дел позволяет управлять процессом, принимать решения об объеме работы подразделений поиска персонала, обучения, учитывать особенности в системе мотивации.



4. Расскажите о своем предыдущем руководителе. Чему, на Ваш взгляд, Вам можно было поучиться у него/нее? А чему он (она) мог(ла) бы научиться от Вас?

5. Вспомните и опишите ситуацию, когда Вам пришлось оказывать помощь коллеге по работе. А когда коллеги оказывали вам помощь? Что было чаще?

Дополнительный метод — тестирование.

Если у вас нет специальной психологической подготовки, то увлекаться тестами не стоит. А вот сделать опросник, в котором вы можете увидеть и отношение кандидата к работе, и уровень знаний, скажем, по технике продаж, можно! Этот опросник может включать в себя следующие вопросы:

1. Как Вы понимаете цели работы продавца-консультанта? Расставьте предложенные варианты в порядке значимости от самого важного к менее важному (самое важное — 1, дальше — 2, 3...). Если с чем-то не согласны, пропустите этот пункт:

- Продавать как можно больше, уметь убеждать.
- Ни одного покупателя не отпустить без покупки из магазина.
- Ждать, когда покупатель подойдет к Вам с вопросом.
- Разговорить покупателя. Выяснить, что ему нужно. Предложить несколько вариантов на выбор, дать необходимую информацию об этих товарах.
- Рассказать как можно больше о товарах, представленных в магазине, наверняка что-нибудь понравится.
- В общении с покупателем проявить уважение, доброжелательность.
- Распознавать «денежного» покупателя и уделять ему массу внимания.
- Вежливо проконсультировать по всем возникшим вопросам, даже если покупатель сообщает, что не готов сделать покупку сегодня.
- Если Вы поняли, что покупатель не намерен сегодня делать покупку, тактично уйти от общения с ним, уделить время реальным клиентам.
- Быстро находить товар на складе и выносить к кассе.

2. Выберите одну или несколько фраз, с которой (которых) Вы бы начали общение с покупателем:

- Вас интересуют новинки?
- Чем Вам помочь?

• Если Вам нужно подобрать подарок, я с радостью помогу.

• Вас проконсультировать?

• Если Вас интересует информация о товаре, я к Вашим услугам.

• Что Вам подсказать?

• Выбираете подарок кому-то или для себя что-то присматриваете?

• Подсказочка не требуется?

3. Выберите вариант, как поступили бы Вы. Покупатель задает Вам вопрос по товару, на который Вы не знаете ответа. Ваши действия:

• Честно говорите, что не знаете ответа на его вопрос.

• Не хотите показаться некомпетентным и тут же придумываете самый, на Ваш взгляд, правдоподобный ответ.

• Извиняетесь, говорите, что вопрос для вас новый, и обращаетесь за помощью к коллеге.

• Сообщаете покупателю, что в компании существует телефон информационной службы, и даете ему визитку с адресами.

• Отправляете покупателя в другой магазин.

• Просите покупателя прийти завтра, так как будет управляющий или более опытный продавец, который сможет ответить на вопрос.

И еще один метод — решение ситуаций по специфике работы. Например:

• Вы отвечаете на вопрос покупателя по характеристикам камней в изделии. В это время рядом с Вами возникает еще один клиент и с немой вопросом в глазах ждет. Других продавцов рядом нет. Как будете действовать:

• Вы общаетесь с клиентом, который говорит примерно следующее: «Мне без разницы, что купить. Мне нужно купить кольцо теще в подарок. В принципе, мне нравится вон то, что подороже. Но у меня с собой денег не так много и хватит только на то, что подешевле. Но я могу и завтра подъехать и денег подвезти побольше». Ваши действия?

• Покупательница интересуется набором столового серебра с позолотой. Этого товара нет в наличии в вашем магазине. И вы предлагаете альтернативный вариант — такой же набор из серебра с эмалью. Покупательница в ответ говорит, что позолоченное серебро престижнее. Как построить ответную фразу на возражение, как себя повести?

• В магазин вошла молодая мама с ребенком. Он бегаёт по залу, кричит. Мама спокойно рассматривает самую дорогую коллекцию. Что будете делать?

• В магазин вошла молодая мама с ребенком. Он бегаёт по залу, кричит. Мама спокойно разговаривает по мобильному телефону. Что будете делать?

• Вы уже минут 20 общаетесь с покупателем по поводу достоинств кольца с крупным бриллиантом. Покупатель заинтересован. Говорит, что ему нужно подумать. Отходит в сторону, возвращается и минут 10 еще рассматривает кольцо. Как вы думаете, какие сомнения могут быть у покупателя? Как дальше будете действовать?

Кандидат отвечает на ваши вопросы, используя свой опыт и знания, представления о том, как он должен будет действовать, работая у вас. И у вас появляется возможность сравнить, как бы вы хотели, чтобы действовали и отвечали на вопросы ваши продавцы, и как это делает кандидат. Подберите заранее ситуации из рабочей жизни именно вашего магазина и при общении именно с вашими покупателями!

Несколько слов о социально желательных ответах. К вам пришел человек, которого вы не знаете, и за какое-то время вам нужно принять решение: брать его на работу или нет. А если человеку очень нужна работа по каким-то причинам? Ему хочется понравиться, возможно, скрыть какие-то моменты из своей биографии. Чтобы не попасть впросак, будьте внимательны к нюансам. Безусловно, очень важно, что говорит человек, но так же важно, как говорит и как себя при этом ведет.

«Мы выбираем, нас выбирают». Магазинам нужны продавцы, а продавцам — работа. И это похоже на искусство — найти нужных людей за определенные деньги на определенную работу. Главное, очень точно знать:

— Кого именно вы ищете?

— Сколько денег вы готовы платить и сколько такой продавец стоит на рынке сегодня?

— Как вы будете его обучать? Мотивировать? Контролировать?

— Что вы будете делать, чтобы удержать вашего продавца в своей компании?





Прогнозирование спроса при открытии магазина

На успешность работы магазина влияет огромное количество факторов — внешних: сезон, праздники, новые законы, мода, действия или бездействие конкурентов и поставщиков — и внутренних: правильно ли подобран ассортимент, какая цена установлена на данный товар, насколько умело магазины работают с покупателями.



Что необходимо помнить в первую очередь:

- Ни один прогноз, даже математический, не гарантирует 100% точности и не является гарантией того, что так оно и будет.
- Даже негативный, пессимистичный прогноз — это все равно прогноз, и он позволяет предусмотреть «узкие» места в будущих продажах.
- Руководство вносит существенный вклад в прогноз, мотивируя персонал на выполнение планов и видя стратегическую картину целиком. Но бывает и так, что руководство уже два года подряд живого покупателя в глаза не видело и желаемое выдает за действительное. В таком случае нужно смотреть фактам в лицо — никакие амбициозные планы не заставят идти покупателя в наш магазин, если напротив открылся ювелирный супермаркет с наименьшими ценами, широчайшим ассортиментом и безупречным сервисом (а у нас, как всегда, — дыры на полках и цены оставляют желать...).
- Чем больше статистика, чем она точнее, тем точнее можно строить прогнозы. Но святая вера только в статистику опасна.
- Для прогнозирования неплохо знать математику или как минимум уметь обращаться с компьютером на уровне расчета формул хотя бы в таблицах Excel.
- Существуют простые и сложные математические модели. Их преимущество в том, что математика хорошо учитывает все повторяющиеся тенденции. Для непредсказуемых факторов нужно использовать эмпирические и экспертные методы. Сложные математические модели лучше доверить компьютеру, а простые модели лучше всего сочетать с методом экспертной оценки.
- Не рекомендуется использовать данные о продажах пятилетней давности и ориентироваться только на историю продаж одного продукта — скорее всего, факты дефицита никто не вспомнит и не учтет.

Открывая магазин, мы не имеем статистики и не всегда можем воспользоваться советами экспертов. В таком случае необходимо строить прогноз на основе планов по развитию, какими бы прозрачными они ни казались. А план продаж строится интуитивно, из жизненного опыта и экспериментально-опытным путем проб и ошибок.



Что действительно важно сделать:

1. Вычислить потенциал своего магазина.
2. Рассчитать точку безубыточности магазина.

1. Чтобы вычислить потенциал своего магазина (T_1), можно воспользоваться математическим методом:

- а) выбрать несколько магазинов-конкурентов со сходными характеристиками — формат, численность населения в районе, уровень доходов и возраст целевых клиентов;
- б) получить объемы продаж этих магазинов (T_2, T_3, \dots, T_n) и вычислить средний недельный объем продаж в расчете на 1 тысячу жителей (покупателей) (а). Вычислить можно по среднему чеку, сделав «контрольные закупки» у конкурентов утром и вечером — на чеке пробивается порядковый номер, и можно посчитать примерное количество чеков в день;
- с) полученное значение (а) умножить на число жителей (покупателей) (N_1) нашего района:

$$a = \frac{(T_2 + T_3 + T_n)}{(N_2 + N_3 + N_n)}$$

$$T_1 = N_1 \times a$$

ПРИМЕР: Скоро открытие магазина «Золото». Считаем потенциал магазина, используя данные по подобным трем магазинам в других районах города со сходными характеристиками (табл. 1).

Вывод: При прочих равных условиях прогноз продаж на неделю для магазина «Золото» будет равен 38 тыс. рублей. За месяц потенциал объема продаж можно установить 162 000 рублей*.

Но такой расчет верен в случае, если у «Золота» в районе нет конкурентов. Если же конкуренты есть, 162 000 рублей — это общая емкость данного рынка, который может быть занят несколькими другими магазинами. В таком случае нужно определить примерную долю каждого конкурента и понять, у какого магазина и за счет

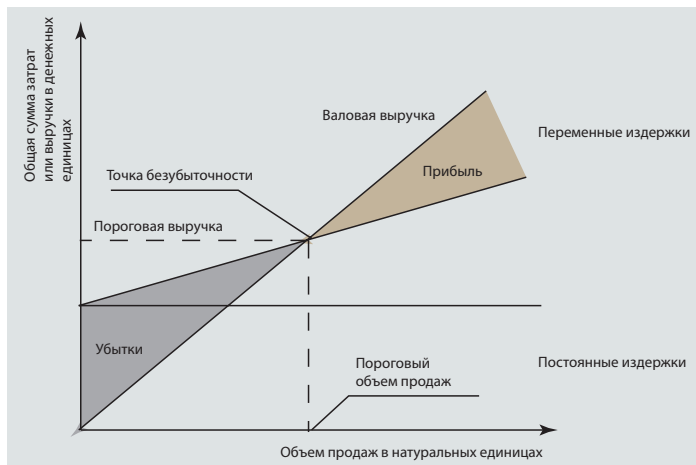


Рис. 1 График расчета Точки Безубыточности

чего (низких цен? лучшего сервиса? грамотных продавцов?) мы постараемся отнять часть покупателей и сколько рынка в процентном соотношении мы собираемся завоевать.

2. Рассчитать точку безубыточности

Необходимо установить объем продаж, который обеспечит нам получение прибыли. Для этого необходимо рассчитать совокупность постоянных затрат, которые мы будем нести каждый месяц (неделю, квартал), необходимый план товарооборота (выручки), желаемую торговую наценку (для определения стоимости переменных затрат, куда будут входить также расходы на закупку товара).

Нам потребуются некоторые определения:

Издержки компании делятся на постоянные и переменные (а также общие, средние и предельные).

Постоянные издержки — затраты, которые не зависят от интенсивности торговли. Это аренда, зарплата сотрудников (оклады), постоянная реклама, налоги и тому подобное.

Переменные издержки — затраты, которые зависят от интенсивности товарооборота. Это закупка товаров (чтобы что-то продать,

Таблица 1. Расчет потенциала магазина

Магазины	Магазин 2	Магазин 3	Магазин 4	ИТОГО	Магазин «Золото»
	T_2, N_2	T_3, N_3	T_4, N_4		T_1, N_1
Число жителей в районе, тыс. (N)	38	121	77	236	55
Недельный товарооборот (тыс. руб./неделю)	23	80	60	163	нет
Средний недельный товарооборот на 1 тыс. жителей (а)				$137/236 = 0,69$	
Потенциал магазина «Золото» (тыс. руб./неделю)					$55 \times 0,69 = 37,98 (38)$





надо сначала это купить), транспортные расходы, акции по стимулированию сбыта, премии сотрудникам и так далее.

Валовый доход — выручка, общая величина средств, получаемых при продаже всего объема товара за период.

Формула расчета точки безубыточности (ТБ):

$$ТБ = \frac{Р_{\text{постоянные издержки}}}{1 - Р_{\text{переменные издержки/V объем валовой выручки}}}$$

Пример: Постоянные затраты у магазина «Золото» (включая налоги, аренду, зарплату персонала) будут равны 20 000 руб. Переменные затраты (в том числе и на закупку товара) составят 120 000 руб. Объем выручки планируется 160 000 рублей в месяц:

$$20\,000 / 1 - (120\,000 / 160\,000) = 80\,000 \text{ руб.}$$

Точка безубыточности или пороговая выручка составит 80 000 рублей в месяц. Это означает, что магазину «Золото» нельзя снижать оборот ниже 80 000 рублей в месяц, иначе его расходы превысят доходы.

Но если постоянные затраты магазина увеличатся (в связи с расширением штата, например) и возрастут до 40 000 рублей в месяц, это будет означать, что пороговая выручка станет:

$$40\,000 / 1 - (120\,000 / 160\,000) = 160\,000 \text{ рублей,}$$

что практически равно общему потенциалу магазина. И если затраты еще возрастут, наше «Золото» рискует «вылететь в трубу», то есть начать работать себе в убыток.

И только теперь, вычислив потенциал и пороговую выручку, мы можем составлять план продаж и распределять его по категориям товаров.

Начав работать, магазин сталкивается со следующей проблемой — проблемой оптимального складского запаса. Хорошо, если мы знаем точно, что именно будут у нас спрашивать покупатели. А если нет? А если мы затрудняемся определить точное количество и ассортимент? Как правило, магазин начинает свою деятельность с достаточно узкого ассортимента, методом проб и ошибок постепенно приводя его в соответствие с покупательским спросом. Ошибки в ассортименте будут, если мы неправильно определим запросы и желания нашего покупателя. Но гораздо страшнее «попасть в яблоčko» покупательских желаний, но не угадать с количеством товара. Для нового, только что открытого магазина дефицит опаснее излишков, так как опасно снижать себе славу магазина, в котором «ничего нет» (а именно так решит покупатель, который придет за нужным ему товаром и не обнаружит его на полке).

Поэтому, создавая запас товаров, мы рекомендуем в начале деятельности предусмотреть возможность наличия страхового или гарантийного запаса.

Говоря проще, страховой запас нужен для того, чтобы удовлетворить покупателя в любом случае, несмотря на то что поставщик опять подвел, а наш покупатель и сам не всегда знает, чего хочет. В такой ситуации есть три варианта:



- «построить» поставщика, чтобы ему было неоправданно опаздывать с отгрузкой,
- отправить покупателя к дорогим конкурентам — пусть они теперь мучаются,
- несмотря ни на что, иметь на складе небольшой запас этих товаров и обеспечить нашего покупателя нужным ему товаром.

Страховой запас — товары, предназначенные для бесперебойного снабжения потребления в случаях уменьшения плановых поставок и для корректировки неспрогнозированного покупательского поведения.

В отличие от текущих запасов страховые запасы являются величиной постоянной и в нормальных условиях неприкосновенной. Более того, считайте страховой запас издержками на ведение бизнеса — это те товары, которые все время будут находиться на вашем складе, это замороженные средства.

Варианты, когда страховые запасы будут обнуляться, будут означать, что:

- поставщик опоздал с поставкой или поставил меньше договоренного;
- менеджер по закупкам сделал неправильный заказ;
- мы неправильно спрогнозировали спрос;
- имеет место случай внезапно возникшего дефицита.

Как следствие, существование хотя бы одного из следующих факторов приводит к необходимости иметь запасы:

- колебание спроса на товары;
- колебание сроков поставки товаров с предприятия;
- определенные условия, требующие закупки продукции партиями (меньше необходимого);
- наличие некоторых издержек, связанных с дефицитом (отсутствием запаса) или запаздыванием доставки.

Рассчитывая точку безубыточности, рекомендуем включать в расчет переменных издержек некоторую сумму страхового запаса, который не позволит оголяться полкам нашего нового магазина.

© Бузукова Екатерина Анатольевна, ведущий специалист клуба «Супер-Розница» по вопросам управления ассортиментом
www.retailclub.ru

**Все приведенные цифры носят исключительно ознакомительный характер.*

Только подставляя значения, соответствующие реальной картине, вы получите правильный результат.



Рождение «Шляпника»

Как свидетельствуют архивные документы, знаменитый К. Фаберже неоднократно обращался в своем творчестве к образам персонажей замечательной сказки Л. Кэрролла «Алиса в Стране чудес». Уникальные камнерезные фигурки «Тилибома и Тарарама», «Сумасшедшего Шляпника», «Шалтая-Болтая» были украшением коллекций многих королевских домов. Но целый ряд произведений этой серии до наших дней не сохранился — остались лишь упоминания и документальные подтверждения их существования.

Исследователь истории фирмы Фаберже, В. В. Скурлов, нередко сетовал на неизвестные судьбы нескольких фигурок великого мастера, изображающих персонажей «Алисы в Стране чудес». Именно у него родилась идея создать аналогичные камнерезные фигурки по иллюстрациям английского художника Д. Тенниела (Sir John Tenniel), первого иллюстратора книги. Начало было положено скульптором Мариной Никольской, которая выполнила трогательную и смешную фигурку «Шляпника». Художница тонко почувствовала образ персонажа и сумела точно воплотить его в пластике.

Над появлением фигурки «Шляпника» работала группа специалистов — людей, увлеченных камнерезным искусством: скульптор Марина Никольская, резчик по камню Дмитрий Горский, технолог Татьяна Бабахина, руководитель работ Лада Филимонова. Большую помощь в подборе материала и работе над образом оказал руководитель мастерской Александр Левенталь.

По словам Д. Горского, «подгонять одну деталь к другой не составляет труда — сложно найти подходящий как по цвету, так и по плотности материал». Очень часто грубые, аляповатые сочетания цветов в конечном итоге портят камнерезные работы. Особенно трудно оказалось воссоздать изображенные на рисунке Тенниела брюки «Шляпника» — яркие, в разноцветную клетку. Решено было использовать пурпуриную смальту. Однако в Петербурге найти подобную смальту ярко-красного цвета оказалось весьма сложно: старинный рецепт давно утрачен. Но кто ищет, тот всегда найдет... Помогла М. Никольской знакомая художница-мозаичист, у которой еще с 1980-х гг. сохранились куски смальты, похожей на пурпурин (тогда этот материал использовали при отделке внутреннего интерьера одной из станций ленинградского метрополитена — «Маяковской»).

Фигурка «Шляпника» получилась очень трогательной, очаровательной и немного гротескной, на наш взгляд, именно таким и был задуман Л. Кэрроллом этот персонаж и именно так выглядел «Шляпник», созданный Фаберже.





Художник John Tenniel



Высота 17,5 см

Шляпа — кахолонг
Рубашка — кахолонг
Лицо, руки — яшма
Волосы — сердолик
Глаза — лазурит, шунгит, кахолонг
Зубы — кахолонг
Язык — красная яшма
Сюртук — пурпурин
Штаны — николаевская яшма, инкрустированная пурпурином
Носки — кремний
Ботинки — яшма сургучная
Чашка — кахолонг, сердолик
Хлеб — ашукуйская яшма (парфир) с корочкой из сургучной яшмы
Бант — белореченский кварцит с инкрустацией пурпурина
Золото 750 пробы

Ручка и ободок чашки и пластина на шляпе с надписью «In this Style 10/6» (переводится как «Стоимость в стиле 10 фунтов» или «Подобная вещь в цене...»)



В Англии есть старинный обычай — в пять часов вечера обязательно пить чай. Особенно странно, что, когда сказка про Алису вышла в свет, такого обычая еще не было! Но англичане, как известно, вообще большие чудаки.

...Первый свидетель оказался Шляпником. Он явился с чашкой чаю в одной руке и бутербродом в другой. — Прошу прощения, Ваше величество, что я все это прихватил с собой, — сказал он, — но, когда за мной пришли, я еще не кончил пить чай-с...

«Алиса в Стране Чудес». Переводчик Б.Заходер

Шахматная задача



В этом номере мы публикуем уникальное произведение Уральской камнерезной мастерской имени Ильи Боровикова «Императорские шахматы» (подробнее см. «Русский Ювелир» № 2, 2007).

Шахматные фигуры изображают две армии — русскую армию Петра I с царицей Екатериной, фельдмаршалами А. Д. Меншиковым

и Б. П. Шереметевым, с одной стороны, и шведскую армию Карла XII с королевой Элеонорой, фельдмаршалом Рейншильдом и генералом Шлиппенбахом — с другой.

Портретное сходство, исторически точные костюмы и вооружение, даже психологические черты различных персонажей переданы с поразительным мастерством.



Илья являлся идейным вдохновителем и организатором этого грандиозного проекта. К сожалению, судьба не предоставила ему возможности увидеть результаты этой титанической работы...

Предлагаем вам решить шахматную задачу.

(Первым трем приславшим верные ответы, редакция дарит подписку на журнал «Русский Ювелир»)

Б: Кр h1, Ф c1, Л a2, Л d1, С d2, Кb2, пп. a5, b6, f5, g2, h4
Ч: Кр g8, Ф b5, Л b3, Л e4, С f8, К e5, пп. a6, b7, d5, f6, g7
Ход черных.

Памяти друга

Современные информационные технологии, развитие средств связи и транспортных сетей изменили наше представление о размерах планеты. Мы летаем, путешествуем, всегда можем позвонить в любую точку Земли. Весь мир оказался рядом, «на ладони». Все близко. Знакомясь с различными странами, культурами и обычаями, мы знакомимся и с людьми. Новые встречи, новые впечатления, новые друзья. Эти люди, так же как и мы, живут, работают, учатся, любят... Одни нам не нравятся, другие забываются сразу же после расставания, а третьи остаются с нами навсегда.

17 августа ушел из жизни директор по международным связям IBJM (Ассоциация торговли драгоценными камнями и ювелирными украшениями, Бразилия) Эдмундо Кальяо Филхо — человек, вызывавший уважение и восхищение у всех, кто его знал. Искренний, порядочный, обаятельный, добрый, обладающий прекрасным чувством юмора, преданный семье и увлеченный своим делом. Во многом благодаря его усилиям бразильские камни и драгоценности увидели покупатели в самых разных странах. Деятельность Эдмундо Кальяо Филхо всегда была направлена на продвижение бразильской ювелирной промышленности за пределами Южной Америки в рамках мирового сообщества и способствовала тому, что Бразилия заняла лидирующие позиции на международном ювелирном рынке и продемонстрировала огромный творческий и экономический потенциал своего ювелирного бизнеса.

Бразилия всегда была ведущим поставщиком цветных драгоценных камней. Однако Эдмундо Кальяо Филхо, будучи директором по международным связям IBJM, стремился к тому, чтобы мировая ювелирная индустрия воспринимала его



страну не только как сырьевую базу, но и как экспортера роскошных, прекрасно исполненных, модных драгоценных коллекций. Он привлекал к сотрудничеству журналистов и редакторов крупнейших отраслевых СМИ, благодаря чему мир очень быстро узнал и по достоинству оценил замечательную продукцию бразильских ювелиров.

Имя Эдмундо Кальяо Филхо было известно самым разным представителям бразильской ювелирной индустрии — от дизайнеров до рабочих и служащих ювелирных предприятий. Он был профессионалом высочайшего уровня. До IBJM Кальяо в течение семи лет работал директором по логистике гиганта оптической промышленности Бразилии Bausch & Lomb, ранее, еще семь лет — в Министерстве промышленности и торговли, в различных департаментах, занимающихся индустриальным, коммерческим и технологическим развитием.

Этот сильный человек мужественно боролся с болезнью и продолжал заниматься любимой работой. Коллеги в разных уголках мира, для многих из которых он стал другом, близкие люди, семья всегда будут вспоминать о нем с теплотой и восхищением.



12

Декабрь

December

2007

Неделя	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
						1	2	48
48				6	7	8	9	49
49	3	4	5	12	13	14	15	50
50	10	11	12	19	20	21	22	51
51	17	18	19	20	21	22	23	52/1
52/1	24/31	25	26	27	28	29	30	
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday	Week

КАЛЕНДАРЬ

01

Январь

January

2008

Неделя	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
		1	2	3	4	5	6	1
1						12	13	2
2	7	8	9	10	11	18	20	3
3	14	15	16	17	18	26	27	4
4	21	22	23	24	25			5
5	28	29	30	31				
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday	Week

ВЫСТАВОК

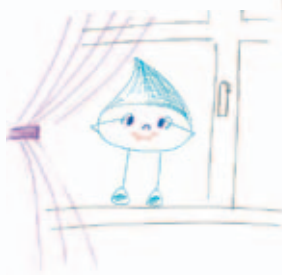
02

Февраль

February

2008

Неделя	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье	Неделя
					1	2	3	5
5					8	9	10	6
6	4	5	6	7	15	16	17	7
7	11	12	13	14	22	23	24	8
8	18	19	20	21	28			9
9	25	26	27	28	29			
Week	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday	Week





А С С О Ц И А Ц И Я
«ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ»

МОСКОВСКАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРОВ РОССИИ

«ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ 2007»

1- 5 ноября 2007 г.



МОСКВА, МАНЕЖНАЯ пл., 1, ЦВЗ «МАНЕЖ»



Международный
Центр Деловых
Контактов
ДЕЛЬКОНТ

АЛРОСА  ALROSA

С НАМИ - ЛИДЕРЫ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Дирекция выставки: тел./факс: (495) 916-07-03, 917-45-83
e-mail: expogildia@yandex.ru, gildia-1@inbox.ru

7-ая российская выставка - ярмарка

20 - 24 ноября

Екатеринбург, Высоцкого, 14

Урал Ювелир

2007



Организаторы

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



КОНКУРС СОВРЕМЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА
ОСНОВНЫЕ НОМИНАЦИИ: "НОВАЯ ФОРМА" "СТИЛЕВАЯ ЛИНИЯ"

U ЗАО "Объединение" Универсальные выставки"
тел./факс (343) 355 01 42, 355 00 49
e-mail: juvelir@unexpo.ru; www.unexpo.ru

При поддержке:
Уральской Государственной инспекции
пробирного надзора,
Администрации г. Екатеринбурга,
Министерства торговли, питания и услуг
Свердловской области

ПРИГЛАШАЕМ НА ВЫСТАВКУ!

Организаторы

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



9-13 апреля 2008 года

Конкурс ювелирной рекламы:
Номинации: "Фирменный стиль"
"Лучший рекламный макет"
"Лучшая ювелирная
фотография"



Екатеринбург
Дворец Спорта
Большакова, 90

2-ая специализированная
выставка-ярмарка

Урал Ювелир-Весна

ОБЪЕДИНЕНИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ
ВЫСТАВКИ



тел./факс (343) 355-01-42, 355-01-27,
355-00-49
e-mail: olga@unexpo.ru; <http://www.unexpo.ru>

При поддержке:
Уральской Государственной
инспекции пробирного
надзора,
Администрации г. Екатеринбурга.

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ!

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

р
е
к
л
а
м
а

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

АНТИКВАРНАЯ КНИЖНАЯ ЯРМАРКА

Третья Антикварная Книжная Ярмарка

28 ноября – 2 декабря 2007

Центральный Дом Художника, Москва

Организатор: Компания «ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты»

119049, Москва, Крымский вал, 10, офис 165

Тел./факс: (495) 238 4516

E-mail: mailbox@expopark.ru

<http://www.expopark.ru>





МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-Весна

28 февраля - 7 марта 2008 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



Ювелир-2008

50 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

4-12 сентября 2008 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

Ювелир-22

14-20 мая 2008 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 8673, 417 4782
www.rosyuvellirexpo.ru



Ювелир-3

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА

7-17 декабря 2007 года



КВЦ «СОКОЛЬНИКИ» организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782, <http://www.rosyuvellirexpo.ru>



Выставочное Объединение
МИР КАМНЯ

XII международная выставка

Петербургский Ювелир

6–9 декабря 2007 года

Санкт-Петербург,
Центральный
Выставочный зал «Манеж»,
Исаакиевская пл., 1

Ярмарка

Ювелирные
украшения
Камнерезные
изделия,
Украшения
интерьера,
Изделия
художественных
промыслов,
Коллекционные
минералы,
Ювелирный
инструмент,
Сувениры,
Бижутерия,
Упаковка

Автор
Ирина Проппина
«Простор для фантазии»
Фотограф
Александр Иванов

Конкурс
авторского ювелирного
и камнерезного искусства

Ювелирный Олимп



Гран-при конкурса

Номинации

Ювелирное искусство
Ювелирная пластика
Эмальное искусство
Камнерезное искусство
Украшения интерьера
Аксессуары
Военно-историческая
оловянная миниатюра
Специальный приз
имени Николая Нужина

Адрес оргкомитета:
ООО "ВФ Мир камня"
Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
Большой проспект, 83
(ДК им. С.М. Кирова)
офис 335
тел/факс: 327-42-76
тел: (812) 327-42-75;
E-mail: info@gemworld.ru
olimp@gemworld.ru
www.gemworld.ru
Почтовый адрес: 191028,
Санкт-Петербург, а/я 49



VICENZA**ORO** winter

BUSINESS TRENDS VISIONS

JANUARY **13 - 20** 2008

Vicenzaoro

International exhibition of gold, jewelry, silverware, watches and gemstones

Oromacchine

International exhibition of machines and equipment for gold jewelry and precious metals. Gemmological instruments.

www.vicenzaoro.org

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ
ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА

**НОВЫЕ СРОКИ!
ДВЕ ПЛОЩАДКИ!**

XVI Форум ювелирной индустрии



JUNWEX



ПЕТЕРБУРГ 2008

Международная научно-техническая конференция
«Ювелирная индустрия: Дизайн. Технологии. Оборудование»

**6 - 10 ФЕВРАЛЯ
ВК «ЛЕНЭКСПО»
+
ЦВЗ «МАНЕЖ»**

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., д. 12
Тел.: (812) 320-8099, 303-9860. Факс: (812) 320-8090
E-mail: junwex@restec.ru, <http://www.restec.ru/junwex>, www.rjexpert.ru

MESSE MÜNCHEN
INTERNATIONAL



ufi
Approved
Event

35-я Международная
выставка часов, украшений,
драгоценных камней,
жемчуга и технологий.

ОРГАНИЗАТОР:
Мессе Мюнхен ГмбХ

ВСЮ ИНТЕРЕСУЮЩУЮ ВАС
ИНФОРМАЦИЮ ВЫ МОЖЕТЕ ПОЛУЧИТЬ:
ООО «Мессе Мюнхен Мави»
119048 Москва, Россия
Тел.: +7 495 725 61 65
Факс: +7 495 725 61 66
messe-muenchen@mawv.de

ТЕЛЕФОН ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ:
(+49 89) 9 49-1 13 98
info@inhorgenta.com

Только для профессионалов.

www.inhorgenta.com

ЗАВОРАЖИВАЮЩЕЕ ПРИТЯЖЕНИЕ.
ДВИЖЕНИЕ К ВАШЕМУ УСПЕХУ.

Мюнхен, 15 -18 февраля 2008 года



inhorgenta
europe 2008

реклама



iijs™

signature
Goa

29th February - 3rd March, 2008



реклама

Представляем IIJS Signature2008, важнейшее событие ювелирной жизни, на которое можно попасть только по приглашению. Будет показано лучшее, что может предложить Индия в области дизайна и производства ювелирных изделий высочайшего класса. Эта выставка, проходящая на волне успеха IIJS, ждёт Вас в живописном Гоа. Под жарким солнцем, на песке, в шуме прибоя Вы не заметите, где кончается бизнес и начинается удовольствие.

For more details, contact The Gem & Jewellery Export Promotion Council, G-6, Radhe Vallabh Co-op. Hsg. Society, (Modi Chambers), French Bridge Corner, Opp. Opera House, Mumbai - 400 004, INDIA. Tel: 91-22-2389 4957 Fax: 91-22-2380 4958
E-mail: signature@gjepcindia.com Website: www.iijs-signature.org

**В 2007 году
МЫ РАЗЫГРАЛИ**



**2589 подарков
ПО 9 АКЦИЯМ**

Классик Ювелир
Klassik Jeweler

ООО ТД "Классик-ювелир"

111141 г. Москва, ул. Электронная, д.10

отдел продаж: (495) 708-00-84, 231-44-35

KUPIGOLD.RU

ЦЕПЬ, МАССОВКА, КУЛЬТОВАЯ ГРУППА, ЦВЕТНИКИ, БРИЛЛИАНТЫ ОТ
30 ПРОФИТОДТЕЛЕЙ, 10000 АРТИКЛОВ СНАЖДЕНО
КВАЛИФИЦИРОВАННЫЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР У КАЖДОГО КЛИЕНТА
ПОСТОЯННО НОВЫЕ ТОВАРЫ, АКЦИИ И СКИДКИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Алмаз-Некс

127299, г. Москва
ул. Космонавта Волкова, д.12
тел.: (495) 708-22-87
almaz-neks@tsnet.ru
almaz-neks@inbox.ru



реклама

Сплавы для ювелирного производства

Начало смотри в №5, 2007

В данной работе рассматриваются связи между механическими характеристиками золотосодержащих сплавов и требованиями различных методов производства (за исключением литья по выплавляемым моделям). Предлагаются рекомендации относительно выбора наиболее подходящих сплавов для различных методов производства.



Массимо Польеро — генеральный директор группы компаний «Легор» и президент Форума ювелирных технологий (JTF). Благодаря многолетней работе в ювелирной промышленности в качестве металлурга-исследователя и директора производства он обладает обширными знаниями ювелирных технологий. Начал работу в «Легор» на должности технического директора, а в настоящее время координирует стратегические программы и техническую и торговую деятельность всей группы компаний «Легор». Является автором или соавтором ряда работ по технологии ювелирного производства.

Проволочная вытяжка — операция, в которой постепенное холодное ужатие сечения и одновременное удлинение металлического фрагмента достигается через протаскивание сквозь коническое отверстие (вытяжной штамп) под действием внешней силы. Вытяжка начинается с отожженного и травленого проволочного прута (бухты холодного полуфабриката с гладкой поверхностью). Поперечное сечение проволочного прута уменьшается путем повторного пропуска через вытяжной штамп. В этом случае результат вытяжки также зависит от количества вытяжных штампов и от их характеристик (рис. 1).

- **Штамповка:** штампованные изделия производятся путем приложения садки к металлическому фрагменту, который вдавливаются в ручей штампа. Ручей штампа соответствует форме, которая должна быть придана фрагменту. Финальная форма может быть получена в один или несколько приемов. Обычно штамповка осуществляется прессом (прессовка) или падающим молотом.

- **Экструзия:** при помощи компрессии металлический фрагмент протягивается сквозь коническое отверстие, имеющее размер и форму поперечного сечения конечного продукта, или сквозь кольцевое пространство между матрицей и втулкой.

- **Вырубка и перфорирование:** лист металла режется двумя контурными резцами (пуансон и матрица), в результате чего получается деталь, имеющая контур резцов (рис. 2).

- **Гибка:** позволяет получать детали с геометрией, которая должна быть развернута на плоскости.

- **Глубокая вытяжка:** позволяет получать полые формы при помощи пресса, начиная с плоских листов.

В других секторах металлургии существует различие между горячей обработкой и холодной обработкой. Горячая обработка определяется как операция, осуществляемая при температуре выше, чем температура рекристаллизации, т. е. такой температуре, при которой металл, подвергнутый интенсивной холодной обработке, приобретает микроструктуру отожженного материала в течение одного часа. Эта температура разная для разных металлов и обычно варьируется от одной третьей до половины абсолютной температуры плавления. Это практическое правило обычно согласуется с более точным дифференциальным термическим анализом, который позволяет измерять объем механической энергии, заключенной в материале после холодной обработки и выпускаемой в виде теплоты на стадии отжига.

Такие операции, как штамповка или ковка, обычно выполняются при относительно высокой температуре. В случае глубокой вытяжки и вырезки и перфорирования, как правило, используется холодная обработка. Прокатка, экструзия и проволочная вытяжка могут осуществляться как в холодном, так и в горячем виде (в зависимости от типа материала и назначения). Некоторые прокатные процессы содержат



Важнейшие методы определения физических и механических характеристик каратного золотого сплава

1. Испытание на растяжение: предел прочности материала при растяжении обычно оценивается таким разрушающим испытанием. Образец подходящей вытянутой формы зажимается с обоих концов и подвергается возрастающему растяжению в машине, которая регистрирует как растягивающее напряжение, так и деформацию растяжения. Это один из простейших и важнейших тестов характеристик и пригодности материала в металлургии, поскольку за короткое время он дает информацию об условном пределе текучести, пределе прочности при растяжении и некоторых других свойствах металла (рис. 3 и 4).

Несколько комментариев к кривым на рис. 3. Кривая 1 показывает низкий условный предел текучести и типична для материала с относительно хорошей обрабатываемостью и широким деформационным спектром до разрыва. Этот материал выдержит целый ряд операций до того, как станет неподатлив для деформаций. Такая кривая характерна для отожженных сплавов. Кривая 2 показывает более крутой, линейный наклон, указывая на ярко выраженную упругость с высоким условным пределом текучести.

2. Испытание на твердость: твердость может рассматриваться как показатель сопротивления материала пластической деформации. Она также дает приблизительное представление о сопротивлении износу и царапинам. Тесты, используемые в металлургической практике, основаны на сопротивлении материала проникновению индентора заданной формы. Индентор вжимается под прямым углом в лицевую сторону образца с заданной нагрузкой. Вмятина, оставленная индентором, затем измеряется. Определение твердости по Виккерсу — наиболее распространенный тест в ювелирном производстве. В данном случае используется квадратный пирамидальный индентор, который способен давать надежные результаты при очень широком спектре твердости. Он позволяет тестировать как очень

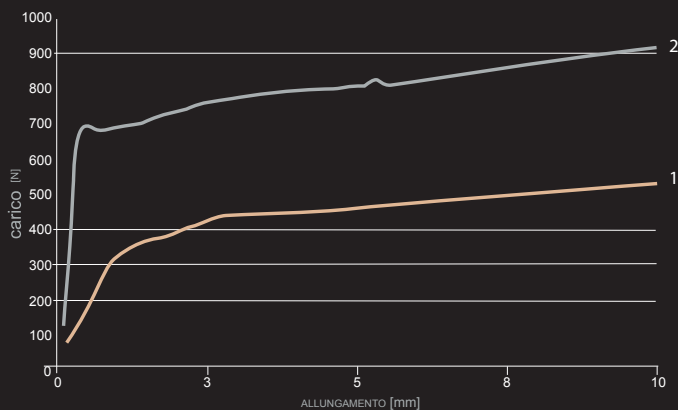


Рис. 3. Сопоставление двух различных кривых напряжения-деформации: кривая 1 — сплав с низким условным пределом текучести и широким спектром пластической деформации, подходящий для обработки с сильными деформациями; кривая 2 — сплав с высоким условным пределом текучести и широким спектром упругой деформации, характерным для сплавов высокой прочности

начальную стадию горячей прокатки, за которой следуют несколько пропусков холодной прокатки, что позволяет получить структуру, частично прошедшую холодную обработку. Таким образом, можно получить желаемые характеристики прокатанного продукта. В области ювелирного производства используется только холодная обработка, и описанное выше различие неактуально.

Каждый из методов холодной обработки подвергает материал особой пластической деформации, которая отражается в трансформациях микроструктуры металла. Эта неразрывная связь объединяет такие макроскопические параметры, как пластичность, ковкость и твердость, с композицией сплава. Металлургические трансформации и термообработка вместе со специфической композицией сплава определяют микроструктуру сплава. В свою очередь, микроструктура укажет на дальнейшие операции, которые можно осуществить на данной детали без образования дефектов.

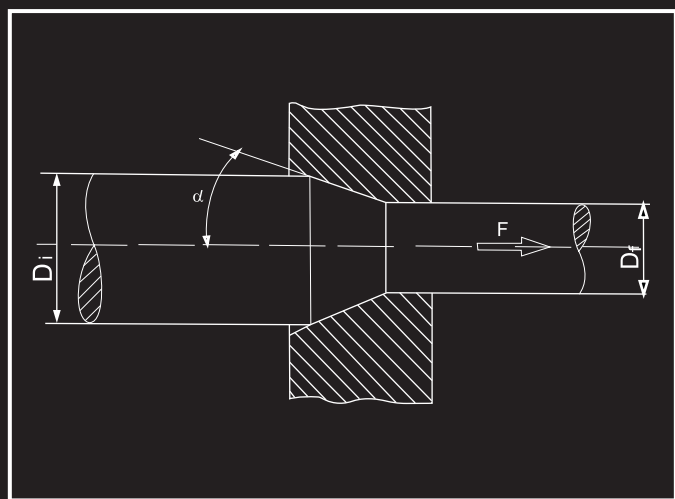


Рис. 1. Схематическое изображение процесса вытяжки

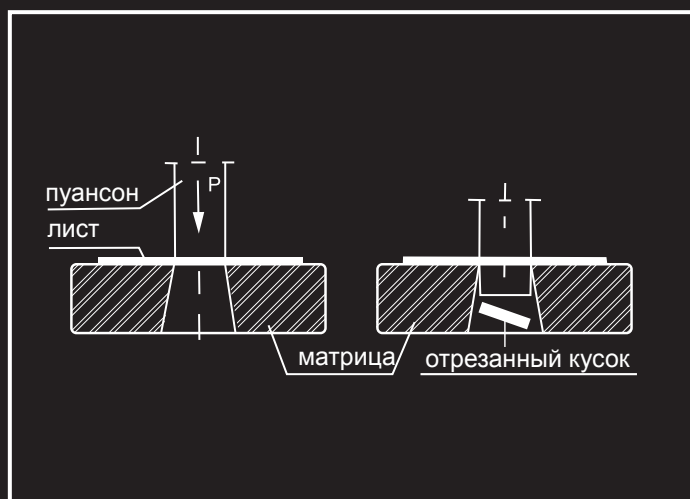


Рис. 2. Схематическое изображение процесса вырубki



реклама

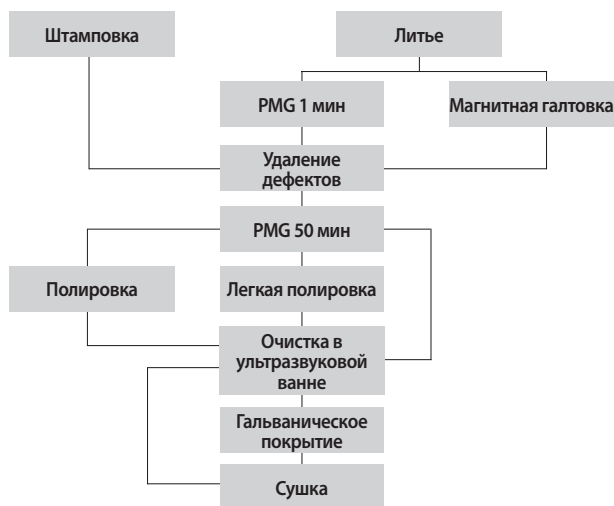
Новинка!

Система шлифовки и полировки серебра PMG!!!

PMG — это новый запатентованный процесс для шлифовки и полировки серебра, успешно применяемый в промышленных масштабах.

Технология обработки для сплавов золота и других драгоценных металлов в процессе разработки.

Схема PMG-процесса



Основные преимущества системы PMG:

1. Микрошлифовка

Работает, как очень тонкая шлифовка, при этом чипсы не забиваются в изделие.

2. Полировка

Возможно получить хороший уровень полировки при таком же процессе обработки, увеличив только продолжительность процесса.

3. Качество и сокращение расходов на обработку

Нет необходимости зашкуривать всю поверхность изделия, убираем только литник и явные огрехи в процессе литья, в результате чего существенно улучшается качество обработки на плоскости, которое практически невозможно получить при ручной шлифовке.

4. Сатинирование

Также возможно получить при определенных настройках процесса.

5. Геометрия

Сохранение геометрии изделия.

6. Потери

При одинаковых параметрах процесса потери пропорциональны времени обработки. Время обработки зависит от качества процесса отливки или штамповки и от того, как были вручную удалены возможные дефекты при предварительных этапах производства изделия.

Потери легко извлекаются из осадка, полученного в результате работы.

ООО «ПРОМТЕХ»

197374, Россия, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

Тел./факс: (812) 718-76-02, 336-20-18, 336-20-19

e-mail: info@otecru.com, <http://www.otecru.com>



мягкие (твердость по Виккерсу 5), так и очень твердые материалы (твердость по Виккерсу 1500) (рис. 5).

3. Дифференциальный термический анализ (ДТА): этот метод позволяет регистрировать разницу температур между контрольным образцом и изучаемым образцом как функцию времени и температуры. Два образца подвергаются одинаковым циклам нагрева и охлаждения в подходящей печи. Наблюдаемая разница температур указывает на явления в изучаемом образце, которые предполагают поглощение или выделение теплоты, и позволяет измерять такие параметры, как энтальпию плавления, температуру перехода в жидкое и твердое состояние, а также трансформации в твердом состоянии, такие как фазовые переходы или восстановление и рекристаллизация затвердевших в процессе обработки образцов. Современные инструменты также осуществляют термогравиметрический анализ, который позволяет контролировать массу образца при перепадах температуры, а также исследовать такие явления, как испарение и окисление элементов высокого парового давления или реактивных элементов (рис. 6).

Видны температуры перехода сплава в жидкое и твердое состояние.

Измерение выделенной области позволяет оценить энтальпию плавления.

4. Оценка размера зерна: эта оценка осуществляется на основе металлографических наблюдений. Отобранный типичный образец фотографируется с известным увеличением. Затем две главные диагонали измеряются на количество зерен, достаточное для статистического анализа (минимальное количество — 10) (рис. 7). Альтернативным способом оценки размера и формы зерен является сравнение изображения образца с набором стандартных схем (по шкале ASTM).

Технология и операции для ювелирного производства

Распространенные стадии производственного процесса

В ювелирном производстве исходным материалом для изготовления ювелирных изделий при помощи пластической деформации

являются такие полуфабрикаты, как металлические листы и проволока. Здесь мы кратко опишем методы производства для таких полуфабрикатов. Тип тигля, температура литья, количество отливаемого металла, размер литейной формы и скорость охлаждения — важнейшие параметры как для непрерывного литья, так и для отливки слитков.

Непрерывное литье. Печи для непрерывного литья позволяют отливать листы любой толщины и размера и прутья диаметром от 3 до 12 мм. Наиболее очевидные преимущества непрерывного литья — лучшее управление производственным процессом и более высокая производительность. Дополнительные преимущества заключаются в более высоком качестве отливаемого металла, который является более однородным и не обнаруживает усадочную пористость или раковины (рис. 8).

Отливка слитков. Листы, схожие по размеру и толщине с листами, отлитыми непрерывным способом, могут быть изготовлены при помощи фасонного литья (но в ограниченном количестве). Могут производиться также прутья с круглым или квадратным поперечным сечением. Отлитый материал затем посылается на прокатку или проволочную вытяжку. Только часть отлитого материала подвергается дальнейшей обработке, так как необходимо удалить сегрегированные или окислившиеся участки.

Отлитые листы идут в прокатный стан для уменьшения толщины. Ширина ощутимо не увеличивается, но толщина уменьшается до 40–80% от исходной. Наиболее распространенное уменьшение толщины — 70%, но каждый сплав требует разного уменьшения толщины при прокатке. Таким образом, лист с исходной толщиной 10 мм будет прокатан до толщины 3 мм.

В случае проволочной вытяжки исходный прут обычно имеет диаметр 8 мм и при 70%-ном сокращении площади приобретает толщину 4,4 мм после прохождения через набор вытяжных штампов, теряя от 0,2 до 0,5 мм за пропуск.

После каждого цикла пропусков материал должен быть отожжен. Отжиг золотых сплавов осуществляется при температуре 650–680°C

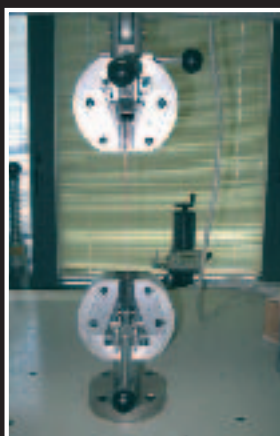


Рис. 4. Оборудование для испытания на растяжение троса диаметром 1 мм

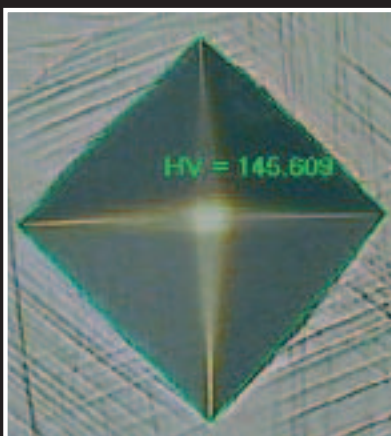


Рис. 5. Вмятина, оставленная микроиндентором Виккерса на поверхности образца

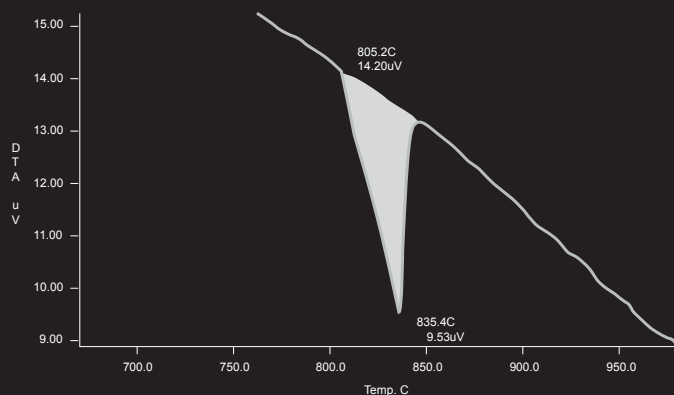
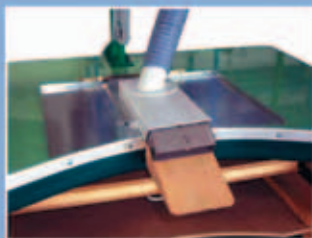
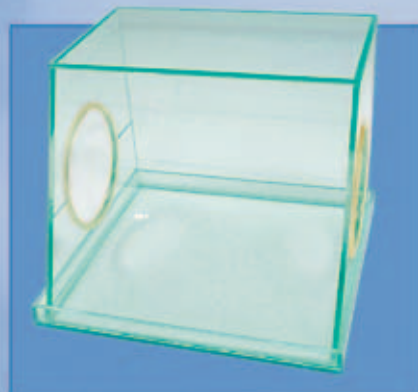


Рис. 6. Результаты ДТА образца сплава



АКТУАЛЬНАЯ ЗАДАЧА: ВЕРНУТЬ ЮВЕЛИРНЫЙ МЕТАЛЛ В ПРОИЗВОДСТВО. И СДЕЛАТЬ ЭТО МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО.

- Короба из стекла. Дешевы (900-1000 руб.) и обеспечивают почти 100%-й сбор отходов (опилки и стружки). До сих пор они продаются сотнями.
- Но эти приспособления являются неудачными с эргономической точки зрения. Стекло «бликует» и его прозрачность никогда не бывает идеальной. Кроме того, они значительно сковывают движения рук.
- При продолжительной работе неизбежным результатом является утомление и снижение производительности труда ювелира. Убытки незаметны только на первый взгляд. Реально они являются весьма существенными.



ПРЕДЛАГАЕМ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ СОВРЕМЕННЫЕ ЭРГОНОМИЧНЫЕ АППАРАТЫ ДЛЯ СБОРА ОТХОДОВ ЮВЕЛИРНЫХ МЕТАЛЛОВ.



**Вытяжка индивидуальная
СОМРАСТ**
(производитель – Garbarino & Titonel, Италия)
Артикул 9803,
цена 31360 руб.



**Вытяжка-пылесос
MPF BL 3588**
(производитель M.P.F. Italia, Италия)
Артикул 10021,
цена 13159 руб.



**Вытяжной шкаф на два рабочих места
Romanoff 87-010-50CY**
(производитель Romanoff, США)
Артикул 9804, цена 24960 руб.



Подобными устройствами оснащены практически все ювелирные производства и мастерские за рубежом. В России их популярность тоже растет с каждым месяцем. Основная функциональная особенность – наличие эффективных систем всасывания и фильтрации. Кроме того, они обеспечивают самое важное для ювелира – максимально комфортную работу: полную свободу рук и возможность видеть обрабатываемое изделие непосредственно своими глазами, а не через преграду.

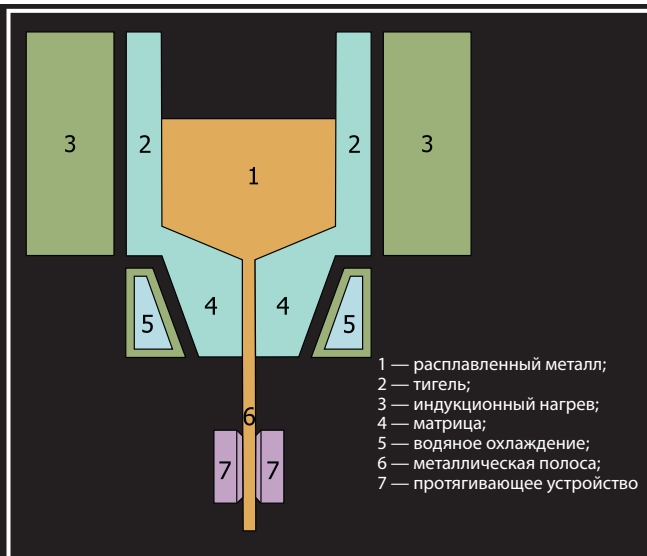


Рис. 8. Схематическое изображение непрерывного литья золотых сплавов

и средней продолжительности 25–35 мин (в зависимости от толщины) с быстрым охлаждением (за исключением в некоторых случаях белого никелевого золота). Существуют три разных способа отжига:

Отжиг в печи периодического действия. Если есть такая возможность, следует выбирать этот способ, так как он позволяет точно контролировать температуру, время, атмосферу и скорость охлаждения. Однако ограниченный размер топочной камеры затрудняет использование этого способа для крупных материалов (листы или прутья толщиной более 2,5 мм невозможно согнуть).

Отжиг в конвейерной печи. Это быстрый способ, допускающий использование восстановительной газовой среды и подходящий также для длинных секций, но скорость конвейера является единственным регулируемым параметром. Частый недостаток — низкая скорость охлаждения, которая может привести к нежелательным эффектам в сплавах, твердеющих при старении. Кроме того, недолгое время пребывания материала в камере нагрева требует использования более высокой температуры отжига. Конвейерные печи широко используются для отжига листов для штамповки и трубок для полых ювелирных изделий.

Отжиг горелкой. Этот метод могут применять только очень опытные специалисты по обработке золота. В любом случае, контроль параметров отжига недостаточен.

Последовательность деформации и отжига повторяется до достижения толщины (или диаметра), оптимальной для дальнейшей обработки. Желательно, чтобы заключительная стадия редукции осуществлялась с максимально допустимым коэффициентом вытяжки. Этого можно добиться соответствующим планированием предшествующих стадий редукции. Такой режим позволяет получать наилучшие результаты, если требуется материал, прошедший деформационное упрочнение (для штамповки или плакирования) и если требуется заключительный отжиг.

Далее даются примеры производственных процессов, распространенных в ювелирном производстве.

Изготовление полых трубки. Исходным материалом может быть 18-карatный отожженный золотой лист толщиной 0,6 мм. Трубка диаметром 12 мм изготавливается при помощи TIG-сварки. Толщина трубки калибруется вытяжкой на стальном стержне диаметром 10 мм. Стальной стержень удаляется после калибровки и заменяется томпаковым стержнем с чуть меньшим диаметром (9,7 мм), что делает возможным сцепление. За несколькими циклами вытяжки (до 9,5 мм) следует плакирование в конвейерной печи при температуре от 730 до 780°C и скорости от 60 до 70 см в мин. Затем вытяжка и отжиг повторяются до получения необходимого конечного диаметра. После это трубку формуют, сворачивают, пилят, делают полую, паяют, дают ей затвердеть и отделяют, начиная с механизированной отделки и заканчивая ручной.

Для 14-карatных сплавов процедура та же, но толщина другая (рис. 9).

Требуемые характеристики: желтые золотые сплавы требуют упрочнения путем термообработки. У них должны быть мелкие зерна и хорошая пластичность. Кроме того, твердость материала после холодной обработки не должна быть слишком высокой, поскольку перед отжигом трубка надевается на намоточное устройство, и это может вызвать образование микротрещин, едва видимых невооруженным глазом.

Красные золотые сплавы требуют самого сильного измельчения зерна, что позволяет предотвращать и контролировать чрезмерный рост зерен и осаждение в процессах, которые не допускают быстрого охлаждения после отжига или пайки.

Использование белого золота с низким содержанием никеля улучшает пластичность, хотя и в этом случае нужен мелкий размер зерна и хорошая ковкость.

Как для желтых, так и для белых золотых сплавов желательны добавки легирующих элементов, которые предотвращают образование окиси во время плавления или TIG-сварки.

Агграффатура (полая цепь). Агграффатура представляет собой эволюцию процесса плакирования, она легко выполняет-



Рис. 7. Оптический микроснимок с измерением диагоналей для оценки размера зерна



Рис. 9. Серьги, изготовленные методом поллой трубки

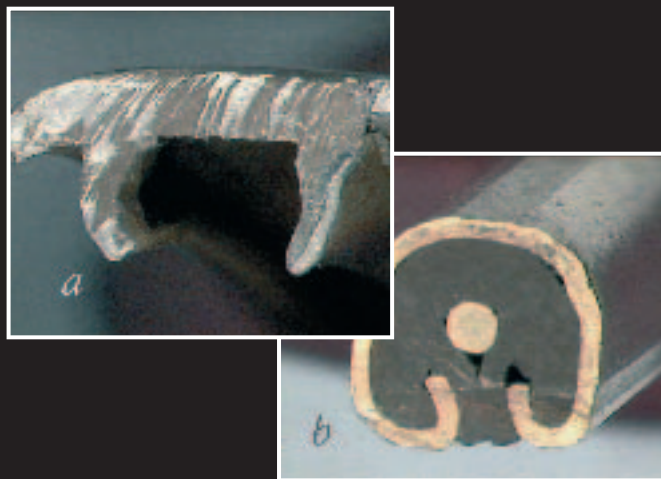


Рис. 10. (а) Поперечное сечение томпакового стержня перед агграфатурой, (б) поперечное сечение листа золотого сплава, агграфированного к томпаковому стержню. Золотая проволока припоя видна в середине томпакового стержня

ся на сплавах с любой каратностью и позволяет получать очень сложные формы. Вероятно, это наиболее широко используемый процесс производства биметаллической проволоки (золото/медь, золото/томпак, золото/железо). Выбор материала для стержня зависит от каратности сплава, которая вызывает разную сопротивляемость процессу опорожнения после ювелирного производства.

Медь используется в качестве материала стержня для сплавов в 18 или более карат, поскольку она демонстрирует максимальную механическую идентичность и свариваемость, а также очень хорошее сцепление с золотым сплавом после плакирования. После формовки и пайки медный стержень может быть растворен в разбавленном растворе азотной кислоты за 7–12 часов — в зависимости от формы и толщины деталей. Столь долгое время растворения приемлемо благодаря очень хорошей устойчивости золотых сплавов к химическому растворению.

Томпак (90% Cu, 10% Zn) — наиболее часто используемый стержневой материал для 14-каратного золота (рис. 10). Характеристики томпака сходны с медью, но его устойчивость к азотной кислоте ниже. Таким образом, растворение стержня происходит на 25% быстрее, и длительность воздействия кислотного раствора на драгоценный сплав также меньше, что очень важно, поскольку химическая устойчивость золотых сплавов заметно понижается с понижением каратности. Для 9-каратных сплавов растворение стержня в азотной кислоте невозможно, поэтому железный стержень с низким содержанием углерода — единственный выбор, и растворение осуществляется при помощи соляной кислоты. Этот способ гарантирует отсутствие примесей, так как соляная кислота полностью удаляет железо и мало влияет на золотой сплав даже при низкой каратности. Однако механические характеристики железа и диффузия соприкосновения железа с золотом отличны от меди и томпака, и здесь требуется особый метод обработки. Железо может также использоваться для 14- и 18-каратных полых изделий для достижения максимальной гарантии беспреимности.

Для производства поллой цепи золотой лист агграфируется (соединяется) со стержнем. Перед этим стержень обрабатывает-

ся на фрезерном станке и снабжается канавками для крепления золотого листа. Агграфатура делается машинным способом, со скоростью 25–30 см в мин, в зависимости от типа стержня. Биметаллический материал отжигается при температуре примерно 680–700°C. Материал стержня очень сильно влияет на процесс диффузии в местах соприкосновения металлов. Железо не демонстрирует особого сродства с золотом, следовательно, не образует сильного сцепления и может свободно выскользнуть во время дальнейшей обработки. Медные и томпаковые стержни, напротив, после диффузии образуют настоящее биметаллическое тело с точно определенными механическими свойствами. Для получения проволоки необходимого диаметра требуются дальнейшая вытяжка и отжиг. Полученная проволока используется в разных операциях, необходимых для изготовления цепи (формовка цепи, пайка, ковка, обработка алмазным резцом, крепление дополнительных деталей и т. д.). Стержень затем растворяется при помощи подходящей кислоты. Следующие стадии перед



Рис. 11. Браслет, изготовленный по технологии поллой цепи

отделкой — раскисление и, возможно, повышение прочности путем термообработки (рис. 11).

Требуемые характеристики: для этого метода производства не требуется особых характеристик сплава кроме мелкозернистости, пластичности и устойчивости к растворам кислоты. В случае 14-каратных сплавов высокая температура перехода в жидкое состояние предпочтительна для печной пайки — она обеспечивает разницу температур плавления между припоем и трубкой из золотого сплава. При агграфатуре проволока припоя обычно располагается рядом с центром или у поверхности стержневой проволоки.

Плакирование. Лист прокатывается до толщины 3,5 мм без отжига и затем соединяется с медным или томпаковым листом. Процесс соединения включает в себя высокотемпературную диффузию (800–860°C в течение около 140 мин) и последующую прессовку с нагрузкой 350 тонн сразу же после выемки листов из печи. После прессовки требуется 2–3 мин на охлаждение материала. Во время прессовки происходит дальнейшая диффузия на контактной поверхности золота и томпака, формируется интерметаллическая связь и осуществляется плакирование. Последующая прокатка выполняется с обычными циклами редукиции и отжига.

Затем выполняется дополнительный цикл прокатки, как и при агграфатуре. Единственное различие в том, что при плакировании золото и томпак образуют единое тело, которое может быть подвергнуто любым видам деформации.

Плакирование обычно приводит к формированию значительного количества скрапа, который необходимо очищать, в связи с чем этот процесс применяется не так часто.

Требуемые характеристики: сплав, пригодный для плакирования, должен иметь широкий интервал плавления, что позволит ему сохранить определенную прочность в пастообразном состоянии. Эта характеристика предотвращает ряд проблем, например плавление золотого листа во время термообработки и последующей прессовки. Таким образом, однородная толщина и оптимальное плакирование гарантированы.

Мелкий размер зерна необходим из-за большого числа стадий механической работы с высокотемпературной обработкой. Кроме того, мелкое зерно обеспечивает большую устойчивость сплава во время растворения стержня.

Сплав также должен быть защищен от высокотемпературного окисления (особенно в ходе плакирования) добавлением раскислителей.

Эта технология дает очень хорошие результаты даже при использовании сплавов с прочностью выше средней.

Штамповка. Штамповка осуществляется на отожженных листах толщиной 0,09–0,3 мм и, по сути дела, представляет собой вид глубокой вытяжки. Во время штамповки лист должен оставаться целым. Если есть риск разрыва, штамповку следует осуществлять в несколько этапов, и сила удара пуансона должна расти постепенно. Лист необходимо отжигать после каждого этапа и затем помещать обратно в матрицу. Смазку, обеспечивающую скольжение листа на поверхности матрицы, следует удалить после того как получена желаемая форма. После этого штампованная деталь по необходимости может быть припаяна к другим деталям, составляющим конечный продукт. Например, если штампованная деталь должна быть припаяна к плоскому листу, можно использовать специальный лист каратного золота, покрытый припоем. Соединяемые детали ставятся в необходимую позицию и помещаются в печь. Затем происходит окончательная отделка спаянных деталей (рис. 12).

Требуемые характеристики: Каратные золотые сплавы, пригодные для штамповки, должны иметь условный предел текучести ниже среднего, высокую деформативность и контролируемый размер зерна. Кроме случаев с очень малой толщиной (менее 0,12 мм) такие сплавы обычно не упрочняются термообработкой. При малой толщине требуется упрочнение термообработкой, которое выполняется после пайки.

Вырубка. Как правило, лист каратного золота нарезается на полосы. Число деталей на единицу длины оптимизируется. Затем при помощи пуансона и матрицы нарезаются заготовки.

Если вырубка осуществляется правильно, заготовки после этого готовы для дальнейшего использования: сборки и пайки в печи. Очень важную роль в этом процессе играет оборудование. Нужно принимать во внимание конструкцию пуансона и матрицы, скорость вырубки и отношение толщины пуансона к толщине металла (рис. 13).

Требуемые характеристики: Важным параметром для вырубки является твердость. Относительно более твердые материалы дают лучшие результаты, поскольку искривление листа пуансоном ниже, заготовки не громоздятся друг на друга в матрице, а линия отреза более прямая. Оптимальная твердость для 14-каратного белого золота — 250 ед. тв. по Виккерсу.



Рис. 12. Кулоны, изготовленные при помощи штамповки и пайки.



Рис. 13. Детали, изготовленные при помощи вырубки

Продолжение статьи читайте в следующем номере





МОСКВА
ООО «Рубин»
117312, Москва,
ул. Губкина, 14, офис 101.
тел. (495) 748-3554, факс (495) 748-3556
e-mail: sales@rusgems.ru
www.rusgems.ru

САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
ПС. Большой проспект, 100, оф. 623
тел./ факс: (812) 335-5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru

- ♦ Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
- ♦ Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
- ♦ Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
- ♦ Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
- ♦ Перламутр различных форм, размеров и цветов
- ♦ Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней


RUS GEMS

С днем рождения!

ОКТАБРЬ

2 октября	Аркадий Васильевич Маслов, директор оптово-розничного центра «Золотая цепь», ОАО «Красцветмет»
2 октября	Ялунин Андрей Анатольевич, генеральный директор, ЗАО «ПКФ «Эрми», ТМ РИНГО
3 октября	Александр Олегович Новоселов, генеральный директор, АК «АЛРОСА», «Бриллианты АЛРОСА»
4 октября	Авакян Сергей Грачевич, генеральный директор, ООО завод «Адамант»
4 октября	Раджеш Ганди, генеральный директор, ООО «Чорон Даймонд»
8 октября	Соколов Павел Борисович, генеральный директор, ООО «Соколов»
8 октября	Шкадов Максим Александрович, генеральный директор, ОАО «ПО «Кристалл»
16 октября	Хамдамов Шавкат, Yamagiwa
19 октября	Радашевич Валерий Борисович, президент, Гильдия ювелиров
20 октября	Бессалов Дмитрий Петрович, генеральный директор, ЗАО «Рута-Москва»
22 октября	Галиева Алсу Фаридовна, главный специалист по внешнеэкономической деятельности, ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг»
23 октября	Полетаева Ольга Константиновна, директор юридического департамента, СК «Белокаменная»
31 октября	Чернова Вера Васильевна, заместитель директора по дизайну, ЗАО «Каст»

НОЯБРЬ

1 ноября	Обабков Сергей Андреевич, генеральный директор, ЗАО ПЮЗ «Красная Пресня»,
4 ноября	Дризина Маргарита Николаевна, директор, ООО «СевЗапЮвелирпром»
7 ноября	Дидяев Валерий Владимирович, генеральный директор, ООО ТД «Камея С°»
8 ноября	Стрежнева Елена Юрьевна, директор розничной сети, Ювелирный холдинг «Рифеста»
13 ноября	Артеменко Сергей Георгиевич, генеральный директор, «Файн Арт»
15 ноября	Кутукова Юлия Вадимовна, генеральный директор, «Ювелирный у Елоховской», ООО «ЮВК»
19 ноября	Бондаренко Виталий Алексеевич, генеральный директор, ООО «ЮТВ»
21 ноября	Катасонова Ирина Владимировна, исполнительный директор, ООО «Ардос»
21 ноября	Катаева Валентина Андреевна, заместитель начальника управления по координации деятельности предприятий «АЛРОСА» по производству и реализации алмазной продукции, АК «АЛРОСА»
24 ноября	Будный Валерий Васильевич, директор, ВО «Рестэк»
25 ноября	Шайдулин Николай Зинатович, генеральный директор, ООО «Альфа» ювелирный завод»
26 ноября	Акимова Лариса Васильевна, генеральный директор, Международный Симпозиум ювелиров
26 ноября	Бычихин Святослав Валерьевич, заместитель генерального директора, ЗАО «Северная Чернь»





Показателем высокого качества продукции ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод» является потребительский спрос и широкая клиентская сеть, насчитывающая более 3000 оптовых и розничных торговых предприятий России от Калининграда до Южно-Сахалинска. Ювелирные изделия официально экспортируются в Украину, Беларусь, Литву, Латвию, Эстонию, Молдову, Казахстан. Более 100 ювелирных розничных магазинов по всей России работают под торговой маркой «АДАМАС».

НАПРАВЛЕНИЕ — ПОБЕДА!



АДАМАС
ЮВЕЛИРНЫЕ МАГАЗИНЫ

www.adamas.ru

ЕДИНАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА
в Москве (495) 737-37-87
в Санкт-Петербурге (812) 33-585-33

Производитель ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод»



115407, Москва, ул. Речников, д. 17
тел./факс: +7 (495) 784-61-65
info@nikawatches.ru
www.nikawatches.ru